



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título en Ingeniera de
Contabilidad y Auditoría CPA.**

Tema:

**“Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de
calzado en Tungurahua”**

Autora: Rodas Castillo, Blanca Cristina

Tutora: Ing. Gómez Romo, María del Carmen

Ambato – Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Gómez Romo María del Carmen con cédula de identidad 180176279-8 en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación, sobre el tema: **“LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS COMO FUENTE DE CAPITAL SOCIAL EN LAS PYMES DE CALZADO EN TUNGURAHUA”**, desarrollado por Rodas Castillo Blanca Cristina, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril del 2017

TUTORA



Ing. María del Carmen Gómez Romo

C.I. 180176279-8

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Rodas Castillo Blanca Cristina, con cédula de identidad N° 180421447-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS COMO FUENTE DE CAPITAL SOCIAL EN LAS PYMES DE CALZADO EN TUNGURAHUA”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril del 2017

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature appears to read 'Cristina Rodas'.

Rodas Castillo Blanca Cristina

C.I. 180421447-4

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Abril del 2017

AUTORA

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature appears to read "Cristina Rodas".

Rodas Castillo Blanca Cristina

C.I. 180421447-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

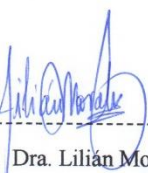
El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS COMO FUENTE DE CAPITAL SOCIAL EN LAS PYMES DE CALZADO EN TUNGURAHUA”**, elaborado por Rodas Castillo Blanca Cristina, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril del 2017



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Dra. Lilián Morales

MIEMBRO CALIFICADOR



Dr. Jaime Díaz

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo, que plasma uno más de mis anhelos personales, va dedicado a Dios a mi familia. A Dios porque él me ha dado fortaleza, salud, sabiduría para tomar las decisiones correctas en el día a día y alcanzar sueños y metas propuestos en el inicio de mi carrera siendo una persona mejor en cada instante de mi vida. A mi familia, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, siendo mi apoyo y depositando en mí la confianza necesaria para vencer los retos que se presentan en el camino, gracias por todo y por su paciencia.

Rodas Castillo Blanca Cristina

AGRADECIMIENTO

Además un cálido agradecimiento a mi querida y prestigiosa institución que me dio la oportunidad de formarme como profesional a la “Universidad Técnica de Ambato”, a la Ing. María del Carme Gómez, por su valioso conocimiento y la ayuda brindada durante el proceso investigativo, a mis padres José Rodas y Narcisa Castillo que han sido un ejemplo de familia, unidad y emprendedora; a mis hermanos y hermanas por su apoyo leal; a mis queridos docentes que con su cariño han compartido sus conocimientos para hacer de mí una mejor persona durante el transcurso de mi carrera. Gracias a todos quienes colaboraron con mi proyecto y mis estudios.

Rodas Castillo Blanca Cristina

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS COMO FUENTE DE CAPITAL SOCIAL EN LAS PYMES DE CALZADO EN TUNGURAHUA”

AUTORA: Rodas Castillo Blanca Cristina

TUTORA: Ing. Gómez Romo María del Carmen

FECHA: Abril del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo investigativo tiene como propósito fundamental de responder al problema detectado el mismo que es “insuficientes relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua”, uno de los puntos clave que conlleva al desequilibrio empresarial y minimiza las oportunidades laborales es poseer una deficiente capacitación y orientación a los microempresarios, como también, la escasa motivación y la resistencia a los cambios. Una herramienta que permite solucionar la problemática es el desarrollo de las relaciones interorganizativas como potencial para mejorar el capital social y el progreso económico. El aporte principal del presente trabajo, constituye en ayudar a promover el crecimiento empresarial mediante relaciones entre empresas en el sector calzado en la provincia de Tungurahua, mediante un análisis minucioso, con la finalidad de poder elevar una cultura de ayuda mutua, las relaciones interorganizativas será un beneficio para planificar y mantenerse en el mercado siempre innovando con calzado de calidad; un punto principal de planificar es hacerlo desde las metas y los objetivos trazados sin olvidar su visión y misión.

PALABRAS DESCRIPTORAS: RELACIONES INTERORGANIZATIVAS, CAPITAL SOCIAL, PYMES, UCINET, REDATAM

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ACCOUNTING AND AUDIT CAREER

TOPIC: “INTERORGANIZING RELATIONS AS A SOURCE OF SOCIAL CAPITAL IN SMALL FOOTWEAR IN TUNGURAHUA”

AUTHOR: Rodas Castillo Blanca Cristina

TUTOR: Ing. Gómez Romo María del Carmen

DATE: April 2017

ABSTRACT

The main objective of the research work is to respond to the problem detected, which is "insufficient interorganizational relationships as a source of social capital in shoe SMEs in Tungurahua", one of the key points that leads to the entrepreneurial imbalance and minimizes job opportunities is Have poor training and guidance to microentrepreneurs, as well as poor motivation and resistance to change. One tool that solves the problem is the development of interorganizational relationships as a potential to improve social capital and economic progress. The main contribution of the present work is to help promote business growth through relations between companies in the footwear sector in the province of Tungurahua, through a detailed analysis, in order to raise a culture of mutual aid, interorganizational relations will be A benefit to plan and stay in the market always innovating with quality footwear; A main point of planning is to do it from the goals and objectives drawn without forgetting their vision and mission.

KEYWORDS: INTER-ORGANIZATIONAL RELATIONS, SOCIAL CAPITAL, PYMES, UCINET, REDATAM

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE CUADROS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1. Contextualización	2
1.2 Análisis Crítico	6
1.2 Prognosis.....	7
2. Formulación de Problemas.....	8
3. Interrogantes	8
4. Delimitación del Objeto de Investigación.....	8
1.3 Justificación	8

1.4	Objetivos	10
1.4.1	Objetivo General	10
1.4.2	Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO II		11
MARCO TEORICO.....		11
2.4	Antecedentes Investigativos.....	11
2.4	Fundamentación filosófica.....	14
2.1	Fundamentación Praxeológica	14
2.2	Fundamentación Epistemológica	14
2.3	Fundamentación Legal.....	15
2.4	Categorías fundamentales	17
2.4.1	Fundamentación Teórica de la Variable independiente	20
2.4.1.1	Relaciones Interorganizativas	20
2.4.1	Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente	24
2.4.2.1	Capital Social	24
2.5	Hipótesis	26
2.6	Señalamiento de las variables	26
CAPÍTULO III.....		27
METODOLOGÍA		27
3.1	Enfoque de la investigación	27
3.2	Modalidades básicas de la investigación.....	27
3.2.1	Investigación de Campo.....	27
3.2.2	Investigación Bibliográfica.....	28
3.3	Nivel o tipo de Investigación	28
3.3.1	Investigación Descriptiva.....	28
3.3.2	Investigación Correlacional	28
3.3.3	Asociación de Variables.....	29
3.4	Población y Muestras	29
3.5	Operacionalización de Variables	31
3.6	Recolección de información.....	33

CAPÍTULO IV	34
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	34
4.1 Análisis e interpretación.....	34
4.2 Comprobación de hipótesis.....	53
CAPÍTULO V.....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
5.1 Conclusiones	57
5.2 Recomendaciones	58
Bibliografía.....	59
ANEXOS 1	62

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla N° 1: Industria Manufacturera	3
Tabla N° 2: Pregunta 1.....	35
Tabla N° 3: Pregunta 2.....	36
Tabla N° 4: Pregunta 3.....	37
Tabla N° 5: Pregunta 4.....	38
Tabla N° 6: Pregunta 5.....	39
Tabla N° 7: Pregunta 6.....	40
Tabla N° 8: Pregunta 7.....	41
Tabla N° 9: Pregunta 8.....	42
Tabla N° 10: Pregunta 9.....	43
Tabla N° 11: Pregunta 10.....	44
Tabla N° 12: Pregunta 11.....	45
Tabla N° 13: Pregunta 12.....	46
Tabla N° 14: Pregunta 13.....	47
Tabla N° 15: Pregunta 14.....	48
Tabla N° 16: Pregunta 15.....	49
Tabla N° 17: Pregunta 16.....	50
Tabla N° 18: Pregunta 17.....	51
Tabla N° 19: Frecuencia observada	55
Tabla N° 20: Frecuencia esperada	55
Tabla N° 21: Fórmula aplicada.....	55

ÍNDICE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1: Índice de producción de la industria Manufacturera.....	4
Gráfico N° 3: Árbol de Problemas.....	6
Gráfico N° 4: Categorías Fundamentales	17
Gráfico N° 5: Red de Categorías Variable Independiente: Relaciones Interorganizativas....	18
Gráfico N° 6: Red de Categorías Variable Dependiente: PYMES DE CALZADO.....	19
Gráfico N° 7: Pregunta 1	35
Gráfico N° 8: Pregunta 2	36
Gráfico N° 9: Pregunta 3	37
Gráfico N° 10: Pregunta 4	38
Gráfico N° 11: Pregunta 5	39
Gráfico N° 12: Pregunta 6	40
Gráfico N° 13: Pregunta 7	41
Gráfico N° 14: Pregunta 8	42
Gráfico N° 15: Pregunta 9	43
Gráfico N° 16: Pregunta 10	44
Gráfico N° 17: Pregunta 11	45
Gráfico N° 18: Pregunta 12	46
Gráfico N° 19: Pregunta 14	47
Gráfico N° 20: Pregunta 14	48
Gráfico N° 21: Pregunta 15	49
Gráfico N° 22: Pregunta 16	50
Gráfico N° 23: Pregunta 17	51
Gráfico N° 24: UCINET	52
Gráfico N° 25: Representacion grafica del Chi cuadrado.....	56

ÍNDICE CUADROS

Cuadro N° 1: Empresas de Tungurahua según su tamaño.....	30
Cuadro N° 2: Variable Independiente: Las relaciones Interorganizativas.....	31
Cuadro N° 3: Variable Dependiente: Las PYMES.....	32
Cuadro N° 4: Recolección de Información	33

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación está orientado principalmente en las relaciones interorganizativas y su incidencia en el capital social. El punto de partida es determinar la influencia de las redes interorganizativas existentes entre las PYMES de calzado en Tungurahua para alcanzar el manejo eficiente de su capital social. Una nueva propuesta puede servir de guía y fundamento a la actividad de cooperación al desarrollo. De acuerdo a esto se ha organizado la investigación de la siguiente manera:

En el **CAPÍTULO I** se realiza una contextualización de las relaciones interorganizativas como fuente de Capital Social en las PYMES de Calzado en Tungurahua donde se va a desarrollar la investigación. En el **CAPÍTULO II** se desarrolla científicamente las categorías fundamentales de las variables independiente y dependiente con la información bibliográfica obtenida. Además, se detalla la hipótesis sobre las Relaciones Interorganizativas como fuente de Capital Social en las PYMES de Calzado en Tungurahua donde se va a desarrollar la investigación.

El **CAPÍTULO III** se redacta la metodología de la investigación que se utiliza para el desarrollo del trabajo, tanto la investigación bibliográfica como la de campo son necesarias para conjugar la información científica y la obtenida de los actores de la problemática y plasmarlas en este trabajo investigativo.

El **CAPÍTULO IV** Consta la información que ha sido sometida a analizar en relación a las encuestas tomadas a los actores que son parte de la investigación, luego se procede a la interpretación de estos resultados.

El **CAPÍTULO V** Detalla las conclusiones a las que ha llegado después de la investigación realizada y la aplicación de las encuestas y ficha de observación, se da recomendaciones a los pequeños empresarios. Para que se tome en cuenta que las relaciones interorganizativas influye en el Capital Social en las PYEMES de Calzado en Tungurahua.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS COMO FUENTE DE CAPITAL SOCIAL EN LAS PYMES DE CALZADO EN TUNGURAHUA.

1.2 Planteamiento del problema

1. Contextualización

Hoy en día tiene gran importancia la formación de relaciones interorganizativas ya que estas crean ventajas competitivas y da valor a las empresas para generar capital social; grandes, medianas y pequeñas empresas de países de Norte América, América del Sur, Asia entre otros, han determinado que es la mejor estrategia para lograr las expectativas empresariales ya que dentro de este modelo se encuentra características como la confianza, la reputación y la habilidad para utilizar los recursos que están disponibles a través de las relaciones. Este surgió en el siglo XX para favorecer la productividad. (Buelvas, 2014) refiere que en los ecosistemas de negocios, los administradores aprenden a moverse más allá de las responsabilidades tradicionales, por lo tanto esto permite a los empresarios diseñar nuevas estructuras de organización de una vertical a una horizontal, estas se pueden caracterizar por el hecho de que sean similares o diferentes, competitivas o cooperativas.

El Ecuador es un país que posee grandes, medianas y pequeñas empresas que se concentran en el comercio, servicios y actividades industriales estas generan el mayor beneficio económico creando fuentes de empleo y estabilidad, después de varias décadas de la competencia local y regional sobre todo en el sector de manufactura - calzado tiene gran crecimiento y continuamente mejoraran los

procesos productivos a través de diferentes líneas de apoyo como la capacitación y asistencia técnica.

De acuerdo a la Tabla 3: Ponderaciones por divisiones de la sección Industria Manufacturera, según CIIU Rev. 4.0 para el IPI-M (Base 2015=100).

Tabla N° 1: Industria Manufacturera

C	Nombre	Ponderación
C	INDUSTRIA MANUFACTURERA	100%
C.10	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.	35,33%
C.11	ELABORACIÓN DE BEBIDAS.	6,22%
C.12	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE TABACO.	0,34%
C.13	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.	2,60%
C.14	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.	3,38%
C.15	FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS.	1,54%
C.16	PRODUCCIÓN DE MADERA Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO, EXCEPTO MUEBLES; FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PAJA Y DE MATERIALES TRENZABLES.	4,46%
C.17	FABRICACIÓN DE PAPEL Y DE PRODUCTOS DE PAPEL.	2,13%
C.18	IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES.	2,38%
C.19	FABRICACIÓN DE COQUE Y DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DEL PETRÓLEO.	4,81%
C.20	FABRICACIÓN DE SUBSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.	6,48%
C.21	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, SUSTANCIAS QUÍMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTÁNICOS DE USO FARMACÉUTICO.	2,34%
C.22	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE CAUCHO Y PLÁSTICO.	3,29%
C.23	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS.	6,74%
C.24	FABRICACIÓN DE METALES COMUNES.	2,85%
C.25	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO.	2,74%
C.26	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE INFORMÁTICA, ELECTRÓNICA Y ÓPTICA.	0,21%
C.27	FABRICACIÓN DE EQUIPO ELÉCTRICO.	1,89%
C.28	FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO N.C.P.	2,02%
C.29	FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES.	1,69%
C.31	FABRICACIÓN DE MUEBLES.	2,82%
C.32	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	3,75%

Fuente: SIPRO - Elaboración: INEC

De acuerdo al INEC observamos que cada mes Ecuador tiene una variación significativa en el sector de manufactura.

ÍNDICE DE PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA 2016

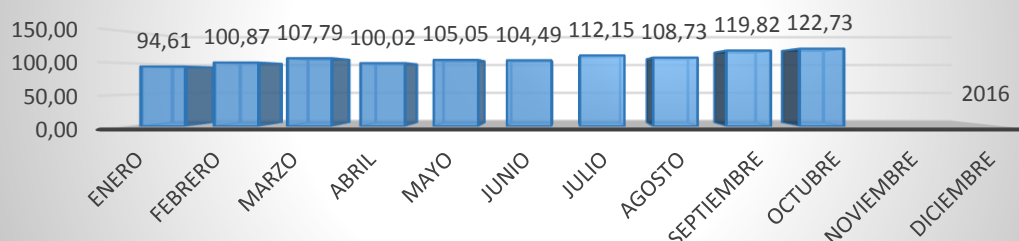


Gráfico N° 1: Índice de producción de la industria Manufacturera
Fuente: Sistema de Indicadores de la Producción SIPRO

Gómez, S. (2014, pág. 102) refiere que la categoría organizacional contiene medidas de productividad, calidad, satisfacción del cliente y flexibilidad en la producción, es un desafío para el futuro ya que no pueden confiar en un perfil tradicional como anteriormente se llevaba en la fabricación del calzado, hoy en día las PYMES necesitan carteras de alianzas para tener acceso a nuevos recursos externos y lograr entrar al mercado tanto nacional como internacional aprovechando todas las oportunidades que se generan mediante las relaciones interorganizativas.

Diferencia entre Micro empresa y PYMES

Según (Enroke, 2017) muchas microempresas se consideran pequeñas empresas, y por ende parte de las PYMES. Sin embargo, en términos generales, los consultores y asesores de PYMES tienden a considerar microempresas a los negocios cuyas ventas no superan los \$15,000 anuales. Por otro lado, en publicaciones como Vistazo, dentro de su análisis anual de las 500 empresas más grandes del país, uno puede observar que generalmente las empresas más grandes tienen volúmenes de ventas que van, en el Ecuador de \$20 millones anuales a sobre los \$1,000 millones anuales. Con estos dos parámetros, una PYME puede ser una empresa que definida, en términos de volumen de ventas, en aquella empresa que vende entre \$15,000 y \$20,000,000 anuales.

Por lo tanto, las pequeñas empresas deben estudiar y copiar a las empresas líderes mundiales su forma de organizarse y mantener su liderazgo en el mercado, en el caso del calzado las redes interorganizativas proporcionarían una especie de salva vidas y

les alentaría a invertir a largo plazo como también asumirían riesgos siempre que aprendan a cambiar su mentalidad y su visión.

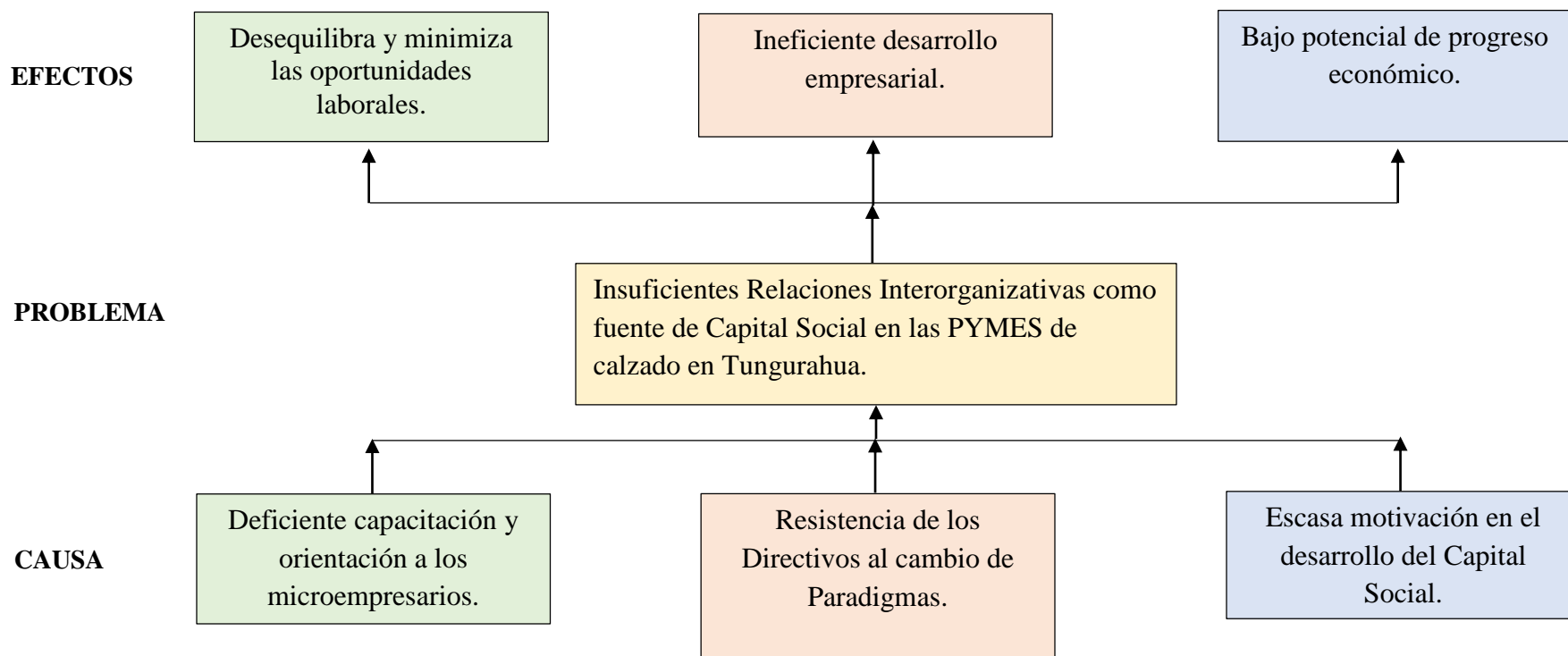
En la provincia de Tungurahua de acuerdo a la investigación, como fuente principal económica tenemos a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la manufactura esta examina nuevas estrategias competitivas dado a que necesitan mayor información sobre la aplicación y desarrollo exacto de las relaciones interorganizativas para fortalecer la fuente de capital social en las PYMES del calzado. (Líderes, 2011) refiere que la industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009 hasta las fechas actuales. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias. Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos. Hasta el 2016 de acuerdo al INEC existen 2,773 establecimientos con 13,667 personas ocupadas dentro del sector.

Por ende afirmamos que el índice de producción en la industria del calzado es cambiante y cada día existen nuevas regulaciones, dentro del sector se busca realizar alianzas con los competidores para continuar en el mercado con el compromiso de llegar al cliente fijo como a nuevos clientes y velar por satisfacer las necesidades como también respetar el tiempo en que nos encontramos. (Idárraga & Losada, 2014) describe que las organizaciones deben estar en la capacidad de identificar la posición que ocupa en la red colaborativa y las condiciones para aprovechar los recursos internos y mejorar el rendimiento.

A continuación presentamos el árbol de problemas en el cual se detalla las causas y efectos que se dan mediante las insuficientes relaciones interorganizativas como fuente de Capital Social en las PYMES de calzado en Tungurahua.

1.2 Análisis Crítico

Gráfico N° 2: Árbol de Problemas



Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

En la Provincia de Tungurahua después de haber analizado el árbol de problemas y determinar que las Insuficientes Relaciones Interorganizativas como fuente de Capital Social en las PYMES de calzado en Tungurahua, se ha detectado la problemática de una deficiente capacitación y orientación a los microempresarios, esto ocasiona un desequilibrio y minimiza las oportunidades laborales. Hay que tomar en cuenta que la capacitación y orientación es de vital importancia en los microempresarios para adquirir de forma continua nuevos conocimientos y así obtener resultados asertivos de acuerdo a la realidad existente. Es por eso que se deben incrementar horarios de capacitación dentro de su actividad laboral y empresarial.

La resistencia de los Directivos al cambio de paradigmas produce el ineficiente desarrollo empresarial. Esta situación es una barrera para desarrollar la seguridad de la empresa, por lo tanto, deben aprender a ver más allá de las responsabilidades tradicionales que plantea la estrategia corporativa y de esta forma el liderazgo es más amplio que antes.

La escasa motivación en el desarrollo del Capital Social, provoca bajo potencial de progreso económico. Por lo tanto, necesitan legitimidad por parte de los participantes, solo así se logrará que el entorno genere rentabilidad y que se fortalezca mediante la participación de los clientes, inversionistas, gobierno, y organizaciones que con los que colabora para lograr cumplir con las expectativas económicas de la empresa.

1.2 Prognosis

De no solucionarse el problema sobre la insuficiente relación interorganizativa como fuente de Capital Social en las PYMES de calzado en Tungurahua. Se dará un inconsistente rendimiento del cual se producirá un factor negativo en el proceso del desarrollo empresarial, que tomando en cuenta es importante para obtener resultados positivos como también influye en el desarrollo social y laboral, de la misma manera al existir una resistencia de los Directivos al cambio de paradigmas. Provocaría un ineficiente desarrollo empresarial y caminaría lentamente a la confusión e inestabilidad. Como también al tener una escasa motivación en el desarrollo del Capital Social favorecería al bajo potencial de

progreso económico. Por lo tanto quedaría comprometida la independencia, la autonomía, la responsabilidad, el autocontrol, la cooperación, el trabajo en equipo y a la organización; hoy en día es indispensable que los empresarios investiguen nuevos métodos para motivar el desarrollo del Capital Social en las pequeñas y medianas empresas de calzado, es por eso que los Directivos deben tener diversidad de información actualizada como elementos o actividades que sean significativos que permitan ser más productivos económicamente.

2. Formulación de Problemas

- ¿Cómo influyen las relaciones interorganizativas en la consolidación del capital social del PYMES de calzado en Tungurahua?

3. Interrogantes

- ¿Qué tipo de redes existen PYMES de calzado en Tungurahua?
- ¿Cuál es el nivel de desarrollo del Capital Social en los participantes de las PYMES de calzado en Tungurahua?
- ¿Cuál es el funcionamiento de las redes interorganizativas dentro de las PYMES de calzado en Tungurahua?

4. Delimitación del Objeto de Investigación

- **Delimitación del Contenido:**
- **CAMPO:** Empresarial
- **ÁREA:** Socio Productivo
- **ASPECTO:** Relaciones Interorganizativas
- **Delimitación Espacial:** Empresarios y micro-empresarios de Tungurahua
- **Delimitación Temporal:** noviembre 2016 – febrero 2017
- **Unidades de Observación:** 10 empresas

1.3 Justificación

Las relaciones interorganizativas que las empresas de un mismo sector mantienen entre sí, han sido clave para el desarrollo competitivo de las mismas, estas relaciones o redes constituyen un fenómeno relativamente nuevo, que ha tomado fuerza en las últimas décadas y es de especial interés para las empresas que se encuentran en crecimiento y anhelan ser altamente competitivas, en este caso las PYMES de calzado en Tungurahua.

Determinados hechos como la globalización de los mercados, la intensificación tecnológica, la desregulación de sectores económicos, el dinamismo o la volatilidad de los entornos competitivos, y la imposibilidad que tiene una empresa de ser altamente competitiva en cada una de las áreas o actividades que implica su actividad, han generado la proliferación de acuerdos de cooperación entre organizaciones. (Castro & Galán, 2004, pág. 104)

La presente investigación pretende visualizar las redes interorganizativas en el sector del Calzado en la Provincia de Tungurahua que, si bien ya existen, pero no han sido graficadas explícitamente y resultan de suma importancia el momento de conformar su Capital Social y mejorar la competitividad.

Las empresas productoras de calzado son un sector que está tomando un lugar cada vez más relevante en la participación económica para nuestro país. (El Tiempo, 2016) . Señala que el crecimiento que ha tenido la industria del calzado y su mejora en la calidad del producto nacional y al apoyo gubernamental que reciben en ámbitos como el desarrollo de redes asociativas y la Red Asociativa Empresarial de la Cadena de Cuero. Por este motivo la correcta identificación y conocimiento de las redes interorganizativas es de importancia para que las PYMES de calzado puedan consolidar positivamente su capital social.

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad promover las Relaciones Interorganizativas como fuente de capital social mediante sus capacidades y conocimientos, conllevando a la participación activa dentro del mercado.

El trabajo resalta su importancia teórica y práctica, dado al desarrollo y éxito que las empresas buscan alcanzar en la economía de las regiones menos desarrolladas para que estas se conviertan en economías de aprendizaje, de esta forma difundir su conocimiento y poder aprovechar todas sus ventajas.

Es de impacto porque se basa en el interés por desarrollar las relaciones interorganizativas ya que con este se aceleran los procesos de innovación de las empresas en su conjunto.

El interés por investigar nos permitió profundizar como las relaciones interorganizativas inciden en el capital social de las empresas de calzado como también en los procesos de innovación para lograr estabilidad en el mercado y una rentabilidad que beneficie a quienes conforme la relación Interorganizativa.

La utilidad de esta investigación se enfocó en conseguir el máximo provecho para formar nuevos procesos de desarrollo que permitan ser competitivos con recursos productivos e innovación fuera de lo tradicional.

La investigación fue factible porque se contó la información relevante y el apoyo de los directivos de las empresas, de esta forma se logró enfatizar en los factores individuales como el conocimiento y la actitud frente a las relaciones interorganizativas que movilizan a las acciones en pro de la colectividad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Determinar la influencia de las redes interorganizativas existentes entre las PYMES de calzado en Tungurahua para alcanzar el manejo eficiente de su capital social.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las relaciones existentes entre los participantes de las PYMES de calzado de Tungurahua para aportar a la competitividad del sector.
- Determinar el nivel de desarrollo del Capital social dentro de las PYMES de calzado en Tungurahua para un mejor aprovechamiento de sus recursos.
- Resaltar el funcionamiento de las redes interorganizativas dentro de las PYMES de calzado en Tungurahua

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

La última década se ha caracterizado por cambios dramáticos en la forma de como las empresas tratan de ser competitivas en el mercado por lo tanto esta investigación está soportada en tres grandes temáticas. En primer lugar, se presenta una visión a manera de describir el inicio y desarrollo de las relaciones interorganizativas, revisaremos el concepto, características como también su evolución continua en el que se encuentra inmersas las organizaciones de hoy en día. Posteriormente se aborda el tema de las PYMES: estructura, clasificación en el calzado presentando algunas investigaciones el cual se encuentra inmersas las empresas que son sujetas de estudio, y por último el desarrollo del capital social en la actualidad.

2.4 Antecedentes Investigativos

De acuerdo a (Marín, 2014) Quien realizó el tema: “Estructura organizacional y relaciones inter-organizacionales”. Menciona que en la última década son un fenómeno creciente que ha surgido como alternativa a las transacciones del mercado y ha reconocido como elemento de éxito en la organización, favoreciendo a la productividad y el desempeño de los participantes a partir de los convenios colaborativos.

Fernández, Santander, Yáñez, Cea y Camino en su tema “Mujer y actividad emprendedora región de Valparaíso 2014-2015”, concluye que

Los resultados obtenidos en el encuentro con otras emprendedoras se genera un espacio de compartición de experiencias e ideas, contexto clave para mantenerse optimistas y motivadas a seguir desarrollando sus emprendimientos, a pesar de las dificultades y obstáculos que se les presentan. En este sentido, ver que otras mujeres han pasado por los mismos conflictos, saliendo victoriosas, las incentiva y les entrega esperanza (2015, pág. 64)

Una relación inter-organizativa comprende acuerdos formales o informales mediante los cuales los participantes intercambian discrecionalmente algo que les es útil como por ejemplo al compartir información o conocimientos.

Marín, D. (2014, pág. 50) lleva por título “Estructura organizacional y relaciones inter-organizativas” menciona las siguientes características

- a) La formalización: esto requiere que las relaciones de cooperación presentadas en el sector deban caracterizarse por el mantenimiento ordenado del flujo de la información que permita condiciones de igualdad entre los participantes y garantice que la red sea fiable y predecible sin que presente dominio de una u otra institución.
- b) Descentralización: deben formalizar y estandarizar sus procesos respondiendo a requerimientos del orden nacional.
- c) Intercambio de información: los flujos de información circulan en diferentes niveles de la organización y pueden compartirse entre las empresas inmersas.

Estos procesos denotan un cierto grado de transparencia que permite mejorar la posición y las condiciones de las organizaciones que participan sobre todo para apalancar recursos y mejorar la producción.

Las PYMES es un tema importante dentro del mundo de las pequeñas y medianas empresas mencionamos las siguientes investigaciones:

Obeso, M. (2014, pág. 15) en su tema “La construcción de eficiencias colectivas en redes de PyMES” concluye

Este impulso inicial hacia la concertación y la acción colectiva tiene su mejor expresión en los actores y sus intercambios de relaciones sociales, que modifican las condiciones medioambientales a través de la red social. Concentrándose en la colectividad, es donde se dan las asignaciones de acciones y recursos por los actores.

El logro de la eficiencia colectiva no es automático. En su base hay un proceso de aprendizaje y experimentación conjunta para la solución de los problemas de coordinación que encuentran los miembros de una red en el desarrollo de sus actividades.

En este estudio se considera que merece mayor investigación, ya que las relaciones interorganizativas, podría lograr que los procesos productivos

favorezcan a la economía no solo de un pequeño sector sino a nivel del país, siempre y cuando exista aprendizaje continuo y colectivo.

Otro trabajo es de (Solís, 2015) en su tema “La formación del clúster empresarial del sector de fabricación de calzado (ciiu-152) en el cantón Cevallos - provincia de Tungurahua y su relación con los niveles de empleo”. Concluye que el clúster de fabricación de calzado genera fuentes de empleo ya sea dentro de las empresas o maquilando fuera de ellas.

Podemos observar que el trabajar mediante Relaciones interorganizativas permite fortalecer la fabricación de calzado a través de la creación y aplicación de herramientas de planificación, enfocados en el progreso de los fabricantes como también de los comercializadores, clientes internos y externos. Por lo tanto, permitirá el desarrollo social, económico para ser más que un auto-empleado.

En el proyecto de investigación con el tema “THANATOS empresarial muerte empresarial en el sector industrial comportamientos y consecuencias”, concluye

Las pequeñas y micro empresas son las mayores generadoras de empleo en el país, pero también son las empresas que están presentando mayores procesos de liquidación afectando negativamente el bienestar económico a nivel nacional. De allí que se evidencia que las empresas necesitan implementar programas de capacitación para lograr mayor cobertura en el mercado, dado que mediante el empleo que genera equilibra la economía del país, como también al compartir con otras empresas se mantiene vigente y en continua evolución. (Galindo, 2015, pág. 67)

Revisando la información existente en diferentes países, se ha encontrado las siguientes investigaciones con relación al Capital Social:

En el tema “Las organizaciones en red y la generación de capital social. Implicancias para el desarrollo comunitario” señala que

- a) El capital social a nivel comunitario en zonas de exclusión social, se parte de la base que la segmentación y el aislamiento son rasgos característicos de la pobreza.
- b) Para que el capital social colabore o fomente la integración social, revirtiendo el desequilibrio entre incluidos y excluidos. (Forni, 2012, pág. 102).

Se necesita tanto el empoderamiento como de altos niveles de actividades en asociaciones, una gran de vínculos transversales entre los individuos, grupos y

organizaciones, y el acceso a circuitos no excluidos estrechando lazos por fuera del círculo más inmediato.

2.4 Fundamentación filosófica

La investigación tomará como fundamento el paradigma positivista ya que es el estudio del conocimiento existente en un momento dado en las cuales se interrelacionan variables, cuya mediación cuantitativa, permitirá comprobarlas o refutarlas en el proceso de investigación según (Solís, 2015). Dicho paradigma es aplicable a la investigación ya que permitirá conocer la relación causa y efecto de las relaciones interorganizativas en el sector del calzado en la provincia de Tungurahua.

2.1 Fundamentación Praxeológica

La praxeología considera que las actividades humanas, materiales y sociales tienen como interés transformar la naturaleza, la sociedad y al ser humano en sí mismo. (Arandia, 2015). Esta dimensión comprende las conductas humanas y las actividades de creación, producción y fabricación, por lo tanto permite a las empresas a desarrollarse con el saber – hacer de las organizaciones y se ve reflejada en las acciones realizadas por todos los integrantes de la organización.

2.2 Fundamentación Epistemológica

Es de esperar que cada uno de los elementos que conforman el ser humano deba estar vinculado con algún elemento epistemológico de lo que deberá ser la gestión humanística, aunque también existe un elemento filosófico dentro de la gestión humanista que obedece al humanismo como filosofía de vida y que tiene sus inicios en los primeros pensadores griegos. (Arandia, 2015, pág. 133).

El aspecto epistemológico hace referencia a todo aquello que está relacionado con el conocimiento en todas sus formas empírico, formal, intuitivo entre otros es decir contempla las aproximaciones, conceptos y métodos que emanan análisis de los principios sobre los cuales se construye las relaciones interorganizativas como también permite dar sentido a las acciones que llevarán a cabo las empresas que operan bajo este modelo.

2.3 Fundamentación Legal

La presente investigación se fundamentará en el marco legal a través del Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

8.1. Políticas y lineamientos

Invertir en los recursos públicos para generar crecimiento económico sostenido y transformaciones estructurales.

- a. Priorizar la asignación de recursos públicos bajo criterios de satisfacción de necesidades, generación de capacidades y oportunidades, y acumulación de capital en sectores productivos generados de valor.
- b. Fortalecer el rol de la planificación de la inversión pública con enfoque integral, para la toma de decisiones y la planificación plurianual.
- c. Incluir criterios de equidad territorial en la inversión pública para articular las políticas nacionales con el desarrollo local.

8.2 Consolidar el papel del Estado como dinamizador de la producción y regulador del mercado.

- a. Establecer requisitos de desempeño a los incentivos, como la contratación plurianual que promueva la inversión privada orientada a la sustitución de importaciones, los encadenamientos productivos locales, la generación de trabajo nacional, la desagregación y transferencia tecnológica y la reinversión de utilidades.
- b. Optimizar el gasto tributario y aplicar incentivos tributarios para la producción, el empleo, la reinversión de capital y la sostenibilidad biofísica, en función del cumplimiento de criterios de desempeño y la incorporación de trabajo local y el componente nacional en el proceso productivo, manteniendo criterios de progresividad.

- c. Aplicar y fortalecer mecanismos de control para asegurar el pago oportuno y justo de salarios y utilidades, así como el pago a precio justo por bienes y servicios generados por el trabajo sin relación de dependencia.
- d. Promover la canalización del ahorro hacia la inversión productiva con enfoque territorial e incentivar la colocación de crédito para la producción nacional de bienes y servicios.
- e. Identificar, controlar y sancionar las prácticas de abuso de poder de mercado.

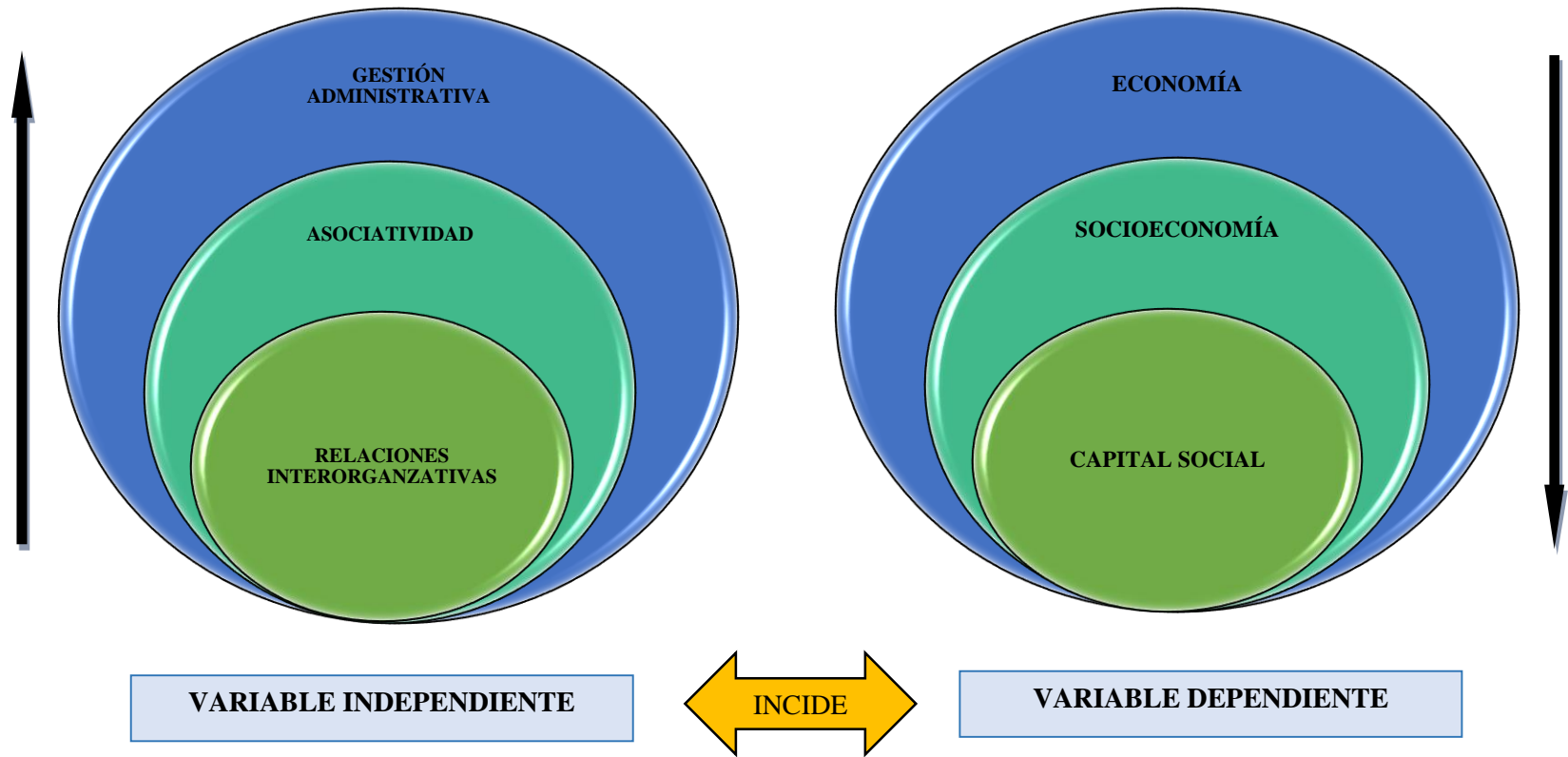
9.1 Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

- a. Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las MI PYMES, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.
- b. Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.
- c. Fortalecer las competencias de fomento productivo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con el objeto de apoyar iniciativas económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos a nivel local, que aprovechen la especialización productiva y respeten la capacidad de acogida de cada territorio, así como sus potencialidades, conocimientos y experiencias.

Fortalecer los programas que promuevan la permanencia en el país de personas trabajadoras, así como generar mecanismos de reinserción laboral y productiva que fomenten el retorno voluntario de los emigrantes ecuatorianos.

2.4 Categorías fundamentales

Gráfico N° 3: Categorías Fundamentales

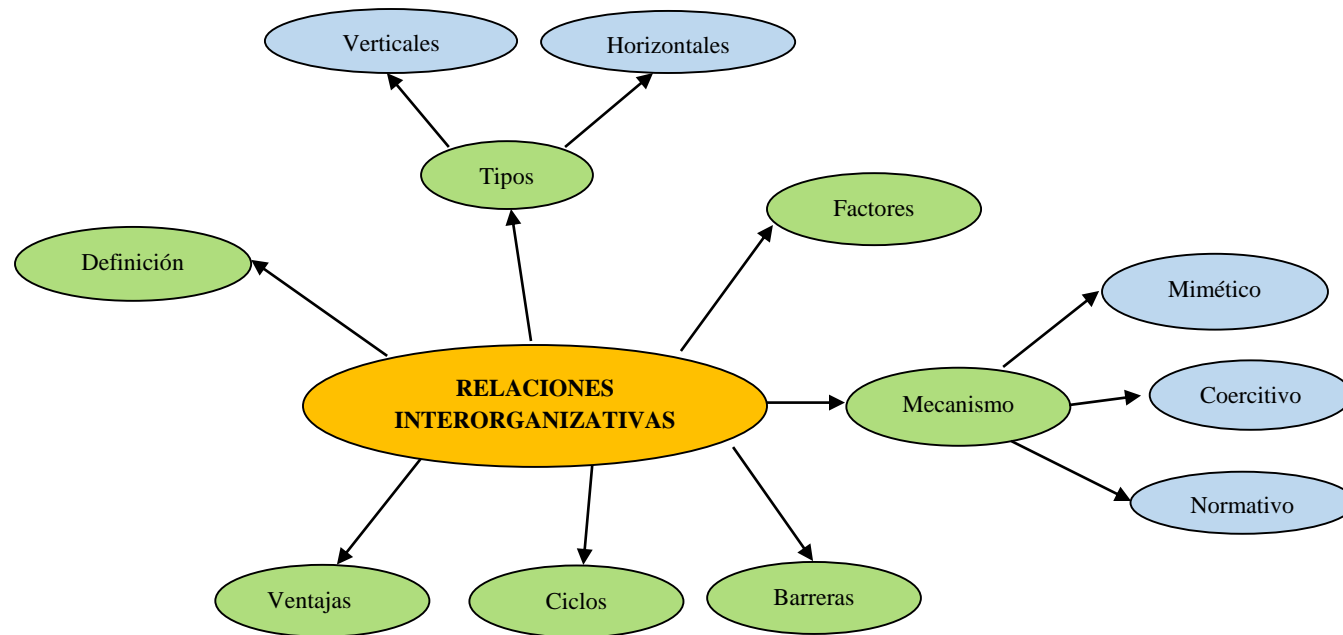


Elaborado: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Red de categorías

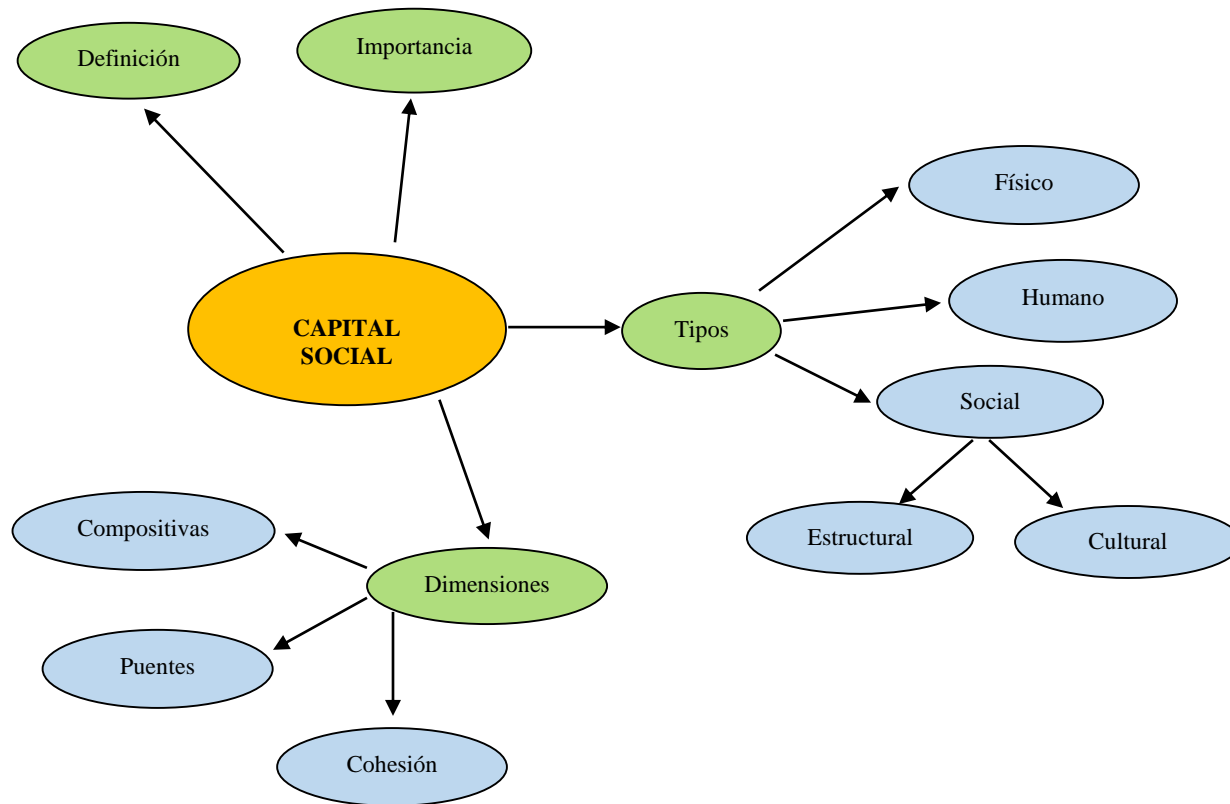
Gráfico N° 4: Red de Categorías Variable Independiente: Relaciones Interorganizativas



Elaborado: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Gráfico N° 5: Red de Categorías Variable Dependiente: PYMES DE CALZADO



Elaborado: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

2.4.1 Fundamentación Teórica de la Variable independiente

2.4.1.1 Relaciones Interorganizativas

Gestión Administrativa

De acuerdo Munch, L. (2016, pág. 3)

La Gestión Administrativa, es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos, con el fin de lograr obtener bienes o servicios que satisfagan las necesidades de las personas u organizaciones.

Asociatividad

Según Sánchez, Chang, Camacho, Bonett y Keteryn (2014, pág. 48) refiere que la asociatividad es la transferencia de recursos y de nuevas fuerzas que plantean la necesidad de un nuevo orden sobre políticas y decisiones públicas en materia de micro emprendimiento, exigiendo un rol más estratégico, prospectivo, coordinado y bajo una concertación sincronizada de todos los actores.

Muchos de los asociados directivos no tienen el conocimiento y la experiencia tecno procedimental que exigen actividades en la que se encuentran desarrollando la prestación de servicios. El manejo normativo, financiero, administrativo, contable, cada vez se hace más complejo, frente a las capacidades y habilidades que han venido desarrollando los actores actuales.

Relaciones Interorganizativas

De acuerdo al Blog (2016) “Las relaciones organizacionales son transacciones de recursos, flujos y vinculaciones algo perdurables que ocurren entre dos o más organizaciones”.

Las relaciones interorganizativas se pueden incluir elementos como: a) la existencia de un mercado para el trabajo calificado especializado; b) la existencia de un mercado para los insumos (especializados) y la maquinaria que permite una división del trabajo más amplia; c) la mejora en el acceso al mercado; y d) el acceso fácil al

conocimiento especializado en tecnologías y mercados y la difusión rápida de la información.

Tipos de Relaciones Interorganizativas

De acuerdo con Porter (2015), en su artículo “El clúster Industriales: Precisión conceptual y Desarrollo Teórico”, el clúster o relaciones interorganizativas verticales son aquellos que reúnen industrias caracterizadas por relaciones de compra-venta. Mientras que los clústeres horizontales incluyen empresas que comparten un mercado común para los bienes finales, o utilizan la misma tecnología o trabajadores, o requieren un recurso natural similar.

De acuerdo con Dini (2001), las empresas suelen tener muchas relaciones con otras firmas e instituciones dentro y fuera de la misma región geográfica. Por eso hay que distinguir entre redes empresariales con enfoque territorial (el clúster) y redes empresariales funcionales. Las redes funcionales a su vez se diferencian en redes horizontales (esquemas de colaboración entre grupos de empresas externas, a menudo del mismo eslabón de la cadena productiva) y redes verticales (relaciones con empresas proveedoras que representan diferentes eslabones).

Factores

De acuerdo con Capó (2011), los factores que influyen en la formación de Relaciones Interorganizativas son:

- a) Proximidad al mercado. La importancia de este factor depende de la naturaleza de cada negocio en particular, y de su posición en la cadena de suministro. Cuanto más “abajo” de la cadena se encuentre la empresa, más importante será la proximidad al mercado. También depende la importancia de este factor del nicho de mercado en que opere la empresa.
- b) Disponibilidad de mano de obra experimentada. Este es un factor crucial en el atractivo de una región para las empresas. La disponibilidad de mano de obra especializada y experimentada atrae y retiene a las empresas en un clúster.

- c) Proximidad a otras empresas. El valor añadido de esta proximidad en un clúster es la potenciación del establecimiento de redes interorganizativas entre las empresas que lo forman, con las ventajas que esto supone.
- d) Políticas de apoyo institucional fuertes. Esto no implica que la administración deba adoptar necesariamente políticas específicas de desarrollo del clúster, pero sí, al menos, no poner trabas a los mismos, e intentar favorecer sus condiciones.

Mecanismo

De acuerdo al Blog (2016) menciona los siguientes mecanismos que permiten desarrollar las Relaciones interorganizativas en las pequeñas y medianas empresas en el sector del calzado.

- c) **Fuerzas miméticas:** Es decir, la presión para copiar o imitar otras organizaciones.
- d) **Fuerzas coercitivas:** Son presiones externas ejercidas sobre una organización a fin de que adopte estructuras, técnicas o comportamientos similares a otras organizaciones.
- e) **Fuerzas normativas:** Son presiones para cambiar a fin de alcanzar los estándares de profesionalismo y adoptar técnicas que la comunidad profesional considera vigentes y efectivas.

Barreras

De acuerdo con Torralba, C. (2015) en su investigación “Modelo de redes interorganizacionales para la gestión del conocimiento”, las barreras son:

Las RIO tienen efectos considerables sobre las organizaciones, pues alteran los límites organizativos, y en algunas ocasiones, llegan a modificar totalmente la estructura de las organizaciones que forman parte del sistema. Todos estos cambios presentan riesgos y oportunidades, los cuales se presentan a continuación.

- Como una barrera de entrada, los límites tradicionales de las organizaciones al formar parte de las RIO son que algunas de las organizaciones inmersas comparten información relevante acerca de sus procesos y actividades lo que favorece la dinámica del sistema, pero genera problemas dentro del funcionamiento individual en las organizaciones, impactando de manera contraria a lo esperado. El tipo de relaciones definidas entre las organizaciones determinaran los límites de las organizaciones entre estas.
- Una de las barreras más notorias en los sistemas interorganizacionales como las RIO es la comunicación entre las organizaciones, dado por muchos factores un problema es la ubicación o distancia entre ellas.

Ciclos

De acuerdo con Capó, Tormo, Cruz (2002), por su parte, propone un ciclo de vida de las relaciones interorganizativas con cuatro etapas, las cuales son las siguientes:

- Etapa embrionaria, la cual puede ser generada por innovaciones, inversiones, etc.
- Etapa de crecimiento, en la cual los mercados se han desarrollado lo suficiente para atraer imitadores y competidores y para estimular las relaciones empresariales.
- Madurez, los procesos y servicios se han convertido en rutinarios, han entrado más imitadores en el mercado, habiéndose convertido los costes en una ventaja competitiva.
- Declive, los productos han pasado a ser fácilmente reemplazables por otros más efectivos o de más bajo coste.

Ventajas

Carlos, A. & Hernández, J. (2013) menciona las siguientes ventajas de las RIO:

- a) Obtención de legitimidad
- b) Mejora la reputación
- c) Se pueden compartir costos de mercadotecnia y los riesgos

- d) Participación en un grupo especializado de empresas
- e) Obtención de financiamiento
- f) Compartir las competencias de las empresas.

2.4.1 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente

2.4.2.1 Capital Social

Economía

Según Sevilla Andrés (2015) es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. La economía también se centra en el comportamiento de los individuos y el efecto que producen en el entorno.

Socioeconomía

De acuerdo (Ico, 2016) da a conocer que

Se refiere a la sociedad o persona considerada en términos económicos, que se toma en cuenta lo social y lo económico conjuntamente. El individuo debe darle el mejor uso a los recursos con los que cuenta y para ello debe tener en cuenta el entorno económico en el que se desenvuelve: inflación, control de cambio, variación de precios, etc.

Todas las personas constantemente producen economía mediante los recursos existentes y generan nuevos recursos que antes no existían para satisfacer diversas necesidades de todo un sector, esto ayuda al desarrollo socioeconómico.

CAPITAL SOCIAL

La suma de recursos o potenciales que se vinculan a la posesión de una red duradera de relaciones de conocimiento mutuo- afiliación a un grupo – más o menos institucionalizadas que le brinda a cada uno de los miembros el respaldo del capital socialmente requerido. (Martín, 2014, pág. 1063)

A través del capital social, los actores pueden obtener acceso directo a recursos económicos ya sea en cantidad y calidad.

Importancia

La teoría moderna y empírica refiere que es intangible y difícil de medir, este impacta en el crecimiento, que no solo depende de los recursos naturales y del capital humano y físico de la economía, sino también de la calidad de sus instituciones y su tejido social. (Esparcia, 2015, pág. 53)

Es importante porque sus efectos determinan la salud y el bienestar de los habitantes, por lo tanto día a día necesitamos conocer su crecimiento tanto por empresas y sector para lograr estabilidad y saber cuál es nuestro nivel de competencia, así, de esta manera se logrará estabilizar las fortalezas y debilidades que deben ser mejoradas en Tungurahua y por empresas del sector de calzado.

Tipos

Medina, García y Valdecasas (2013) Indica los siguientes tipos de Capital Social:

- **Físico:** la comunidad en su conjunto se beneficiará de la cooperación de todas sus partes, mientras que el individuo encontrará al asociarse las ventajas de la ayuda, la comprensión y la camaradería de sus vecinos
- **Humano:** la idea básica del capital social es que la familia, los amigos y los compañeros de una persona constituyen un recurso importante al que recurrir en una crisis, del que disfrutar por sí mismo y del que servirse para conseguir ventajas materiales.
- **Social:**
 - o Estructural: es una serie de recursos reales o potenciales ganados a través de las relaciones sociales “que hacen posible el logro de ciertos fines que no serían alcanzados en su ausencia.
 - o Cultural: un conjunto de actores sociales unidos entre sí a través de relaciones sociales es un punto de partida bastante útil. Los actores sociales pueden ser de muy diversos tipos: individuos, grupos, empresas, clases, estados, etc.

Desde el punto de vista de los empresarios en Tungurahua es importante conocer sobre el desarrollo del capital social sobre todo de los tipos existentes ya que por sus diversos contextos puede generar confusión, como también, es primordial saber que

el talento humano puede incentivar el crecimiento del capital social, así, este generará estabilidad a una comunidad sobre todo a las familias del sector con el fortalecimiento socioeconómico.

Dimensiones

Las dimensiones en la que analizamos el capital social a partir de las relaciones se dan entre siguientes miembros

- **Cohesión:** es importante para facilitar el funcionamiento del Grupo, en tanto que actúa como una especie de “lubricante” que evita o disminuye la aparición de fricciones que pudieran dificultar el día a día del mismo. Esta dimensión interna también nos permite realizar otro tipo de análisis que estaría relacionado con la existencia de otro tipo de capital social. Nos referimos a los beneficios que se derivan del hecho de que el Grupo sea una estructura de nueva formación integrada por actores diferentes (sectores, perfiles, intereses, etc.) que a su vez tienen redes diferentes.
- **Puentes:** es el generar vínculos entre actores de diferentes ámbitos profesionales o sectores de un mismo territorio, de esta relación se espera que surjan sinergias que acaben beneficiando al conjunto del territorio.
- **Compositivas:** son contactos con personas que les proporcionan accesos a diferentes tipos de recursos. (Buciega, 2013, pág. 98)

2.5 Hipótesis

Las relaciones interorganizativas inciden en el capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua.

2.6 Señalamiento de las variables

Variable independiente: Las relaciones interorganizativas

Variable dependiente: Capital Social

Unidad de observación: Empresarios y micro-empresarios dedicados a la producción de calzado en Tungurahua.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo, ya que de acuerdo a (Solís, 2015) “la investigación cualitativa trata de identificar y comprender la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones”, además el en las investigaciones cualitativas y cuantitativas se fijan objetivos a lograr, estos son generales y específicos, también deben ser relevantes para las personas interesadas en la investigación. Así mismo brinda herramientas para crear una concepción de empoderamiento que permitan lograr comprender mejor la dinámica actual y así tomar decisiones acertadas que ayuden de forma colectiva a permanecer en el mercado.

En conclusión, por lo anteriormente mencionado, el presente trabajo investigativo utilizará del enfoque cualitativo y cuantitativo para la obtención y procesamiento de la información, ya sea esta primaria o secundaria en relación a las PYMES en Provincia de Tungurahua.

3.2 Modalidades básicas de la investigación

3.2.1 Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (Solís, 2015)

Realizaremos esta modalidad de investigación para la aplicación de encuestas a las empresas dedicadas a la fabricación de calzado en la Provincia de Tungurahua, para conocer el fenómeno de estudio.

3.2.2 Investigación Bibliográfica.

La investigación bibliográfica permitió una revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental adquirido en la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato y otras fuentes de investigación, estos permitirán indagar en fuentes primarias y secundarias a los factores que engloban la formación de las Relaciones interorganizativas en el sector del Calzado y su relación con el capital Social. (Emir, 2013).

Para la investigación se utilizó las bibliotecas virtuales, bases de datos, artículos científicos y académicos como: EBSCO, SPRINGER, REPOSITORIO UTA.

3.3 Nivel o tipo de Investigación

3.3.1 Investigación Descriptiva

La investigación Descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento, los resultados de la investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos. (Arismendi, 2013).

La investigación descriptiva nos permitirá especificar las características principales de las relaciones interorganizativas en la fabricación de calzado en la Provincia de Tungurahua, en el cual se utilizarán técnicas de recolección de información como encuesta y mediante el muestreo de la información obtenida se someterá a un proceso de tabulación y análisis estadístico.

3.3.2 Investigación Correlacional

Según (Arismendi, 2013) determina si dos o más variables que se pretende ver, si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza. La

utilidad y el propósito es analizar si una de las variables aumento o disminuyó en la otra variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas.

Es aplicable en la investigación para establecer las relaciones interorganizativas como fuente de Capital Social en las PYMES en el sector del Calzado.

3.3.3 Asociación de Variables

La metodología científica es el procedimiento planteado que sigue en la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos objetivos, para desentrañar sus conexiones internas y externas, para generalizar y profundizar los conocimientos así adquiridos, para llegar a demostrarlos con rigor racional y para comprobar en el experimento y con las técnicas de su aplicación, (Arismendi, 2013). La metodología aplicada permite que se asocie los procedimientos de investigación de los cuales se profundizaron y actualizaron conocimientos para cumplir con la aplicación de la investigación.

3.4 Población y Muestras

Se define tradicionalmente la población como “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio” (Latorre, 2003). El individuo, en esta acepción, hace referencia a cada uno de los elementos de los que se obtiene la información. Los individuos pueden ser personas, objetos o acontecimientos. La fórmula que se utilizará es la recomendada por el CIENES (Centro Interamericano de Enseñanza de Estadísticas), la cual se aplica cuando la población es finita.

Para (Ávila, 2009), se conoce con el nombre de muestreo al proceso de extracción de una muestra a partir de la población. El proceso esencial del muestreo consiste en identificar la población que estará representada en el estudio.

Determinación de la muestra:

Los investigadores utilizan su experiencia o hacen uso de expertos en el campo apropiado para realizar una evaluación de la situación y elegir las unidades de muestra más apropiadas sobre la base de supuesta relevancia para el proyecto de investigación (Torres, 2014).

Para la presente investigación se realizó en base al muestreo por expertos o criterio debido a que los elementos que conforman tienen rasgos de interés mutuo. A continuación, presentamos un detalle de las empresas dedicadas a la manufactura – producción de calzado en la Provincia de Tungurahua.

EMPRESAS SEGÚN TAMAÑO TUNGURAHUA	
GRUPO	NÚMERO
MICROEMPRESAS	642
PEQUEÑAS	71
MEDIANA A	9
MEDIANA B	5
GRANDE	4
TOTAL	731

Cuadro N° 1: Empresas de Tungurahua según su tamaño

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: INEC - Redatam+SP 3/30/2016

El número de empresas dedicadas a la manufactura y producción de calzado son 731 empresas micro, pequeñas, medianas y grandes de la provincia de Tungurahua. De los cuales se tomaron en cuenta 10 empresas, las mismas que fueron escogidas de acuerdo a juicio que están bajo condiciones de normas Pymes y que se encuentran relacionadas interorganizativamente, esto favoreció para determinar su influencia entre variables.

3.5 Operacionalización de Variables

3.5.1 Variable Independiente: Las relaciones Interorganizativas

Tema: Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua.				
Variable: Las relaciones interorganizativas.				
Conceptualización	Dimensiones /Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumentos
Es la aglomeración de empresas que se especializan en una actividad específica, logrando juntar en un mismo sector clientes, proveedores y empresas complementarias, generando productividad, competitividad y empleo.	<p>Aglomeración empresas</p> <p>Productividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sharing - Matching - Learning - Efectividad - Eficiencia - Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Sabe usted que las empresas pueden mantener relaciones de apoyo mutuo? - ¿Posee conocimiento sobre las Relaciones interorganizativas para pequeñas y medianas empresas? - ¿Mantiene relación con alguna empresa del sector? - ¿Su empresa ha establecido relaciones comerciales con alguna empresa del sector? - ¿Estaría usted dispuesto a formar parte de una cadena de relación interorganizativa para minimizar costos de producción? - ¿Cree usted que las relaciones interorganizativas es una herramienta mercadológica efectiva? - ¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas? - ¿Busca cumplir con principios éticos mediante las relaciones interorganizativas para incentivar el crecimiento del Capital social? - ¿Cree usted que las relaciones interorganizativas son importantes para garantizar igualdad de trato y oportunidades? - ¿La empresa accedería a nuevos mercados mediante las relaciones interorganizativas? - 	<p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: (cuestionario) aplicada a Empresas dedicadas a la fabricación de calzado de cuero</p>

Cuadro N° 2: Variable Independiente: Las relaciones Interorganizativas

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

3.5.1 Variable Dependiente: Las PYMES

Tema: Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua.				
Variable: Capital Social				
Conceptualización	Dimensiones /Categorías	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumentos
Son los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo (desarrollo y democracia).	Redes Normas Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - Buenas relaciones entre empresas. - Participación activa - Acción de compromiso - Confianza en grupos concretos. 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cree usted que la cooperación entre empresas crea valores que benefician el capital social? - ¿La experiencia en el sector, productos y servicios es un criterio muy importante para relacionarse con otras empresas? - ¿Las tareas conjuntas con otras empresas y las fusiones proporcionan conocimiento valioso sobre: ¿el funcionamiento del sector, nuevos métodos productivos y nuevos productos? - En las RIO la variedad de empresarios con conocimiento previo y reglas desarrolladas ayuda a incrementar sus beneficios a largo plazo. - ¿La participación en las Relaciones interorganizativas permite el crecimiento de su empresa de forma individualidad? - ¿El ambiente entre empresas provoca cooperación para lograr eficiencia colectiva en la producción local? - ¿Tiene la empresa suficiente conocimiento para embarcarse en la aventura de las relaciones interorganizativas? 	<p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: (cuestionario) aplicada a Empresas dedicadas a la fabricación de calzado de cuero</p>

Cuadro N° 3: Variable Dependiente: Las PYMES

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

3.6 Recolección de información

Metodológicamente para la construcción de la información se opera en dos fases:

Plan para la recolección de la información

Plan para el procesamiento de la información

El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de la investigación, de acuerdo con el enfoque escogido.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Alcanzar los objetivos propuestos en la investigación
¿De qué personas u objetos?	Empresas dedicadas a la fabricación de calzado de cuero
¿Sobre qué aspectos?	Las relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua.
¿Quién va a recolectar?	Investigadora Rodas Castillo Blanca Cristina
¿Cuándo?	Noviembre 2016 – Enero 2017
¿Dónde?	Provincia de Tungurahua
¿Cuántas veces?	Las veces que sean necesarias
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionarios estructurados
¿En qué situación?	Tiempos reales de Confiabilidad y absoluta Confidencialidad

Cuadro N° 4: Recolección de Información

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los resultados que se originaron para dar respuesta a la pregunta de investigación. Estos resultados se analizaron a la luz de los indicadores ya preestablecidos para ello y adicionalmente se hacen un análisis comparativo de éstos resultados entre diversas empresas existentes en el sector de Tungurahua. En un apartado final se presenta la discusión relacionada con los hallazgos de la presente investigación al relacionarlos con otros estudios referentes a la literatura de relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado.

4.1 Análisis e interpretación

En el presente capítulo exponemos los resultados obtenidos mediante la técnica aplicada llamada encuesta esta permitió el desarrollo del proyecto con veracidad, como también, aplicamos el cuestionario elaborado con 17 preguntas como instrumento que nos ayudó con la información de los empresarios de sector calzado a evaluar el conocimiento sobre las relaciones interorganizativas y nos permitió juzgar de acuerdo a las respuestas obtenidas de cada uno; los diferentes empresarios que se dedican a la producción de calzado en la Provincia de Tungurahua como también aquellos que se encuentran bajo las normas Pymes se hallan relacionadas para diferentes actividades, por ejemplo, para adquirir materia prima directa, mejorar la calidad del calzado, cumplir con pedidos para diferentes clientes, como también capacitar a sus clientes internos y motivar el capital social de la Provincia desde el punto de vista socioeconómico, por lo tanto a continuación presentamos los resultados mediante una tabla y un gráfico con la información obtenida, de la misma forma con su correspondiente análisis e interpretación.

Encuesta dirigida a empresarios

1. ¿Sabe usted que las empresas pueden mantener relaciones de apoyo mutuo?

Tabla N° 2: Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

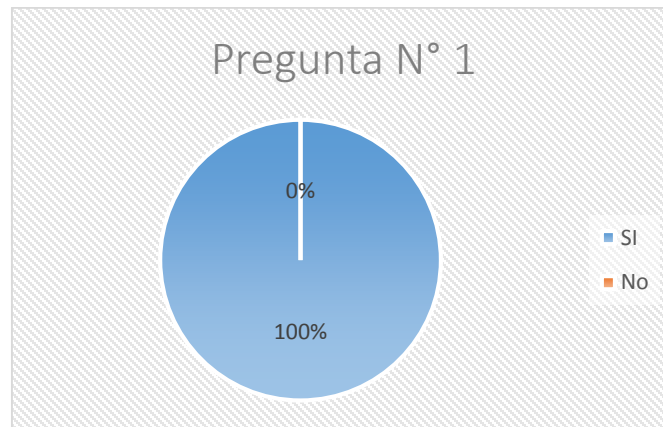


Gráfico N° 6: Pregunta 1

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación

Una vez aplicada la encuesta, se ha determinado que la totalidad de las empresas pueden mantener relaciones de apoyo mutuo, esto quiere decir que cada día están en constante cambio y buscan satisfacer a su mercado rompiendo barreras tradicionales e interpretan la competitividad desde otro punto de vista.

2. ¿Posee conocimiento sobre las relaciones interorganizativas para pequeñas y medianas empresas?

Tabla N° 3: Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

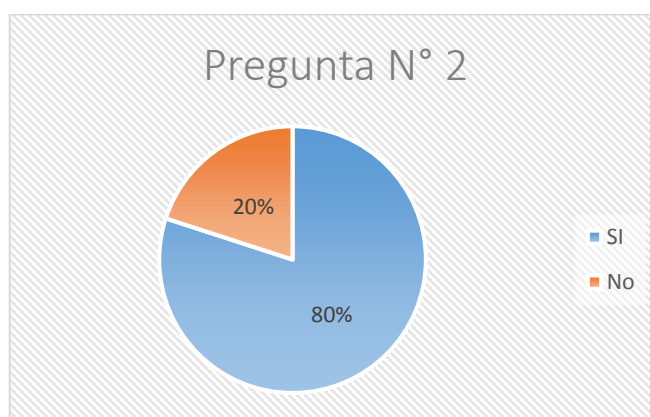


Gráfico N° 7: Pregunta 2

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

El 80% de los encuestados poseen conocimiento sobre las Relaciones interorganizativas para pequeñas y medianas empresas, mientras que el otro 20% aun no, esto quiere decir que hace falta que algunas empresas aún están trabajando solas e intentan satisfacer a sus clientes sin lograr por otro lado el conocer esta estrategia podría ser de gran apoyo para incentivar al capital social del país como mejorar la calidad del producto.

3. ¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?

Tabla N° 4: Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

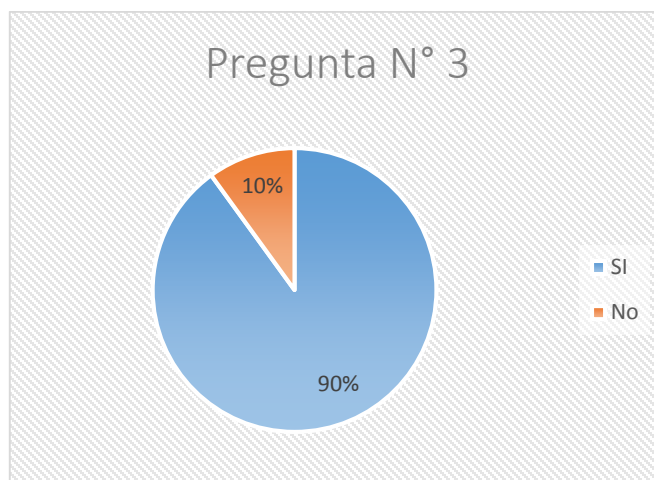


Gráfico N° 8: Pregunta 3

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

El 90% de los encuestados correspondientes a 9 empresas mantienen relaciones con alguna empresa del sector y el 10% correspondiente 1 empresa aún no. Por lo que notamos que hoy en día es una estrategia factible relacionarse o conglomerarse para lograr sus objetivos propuestos ya que son pocas las que no lo realizan esto puede ser porque no poseen el conocimiento de sus beneficios que podrían alcanzar.

4. ¿Su empresa ha establecido relaciones comerciales con alguna empresa del sector?

Tabla N° 5: Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

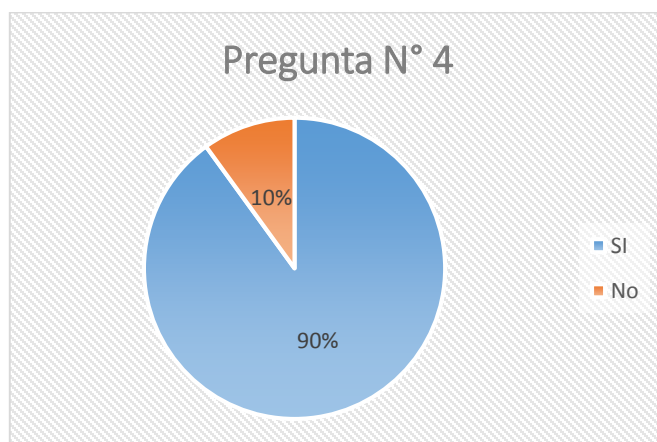


Gráfico N° 9: Pregunta 4

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

El 90% de los encuestados han establecido relaciones comerciales con alguna empresa del sector y tan solo el 1% no. Esto da a conocer que la mayoría de los empresarios hoy en día se relaciona con empresas de su sector para competir con mayor capacidad de producción y sobre todo con productos de calidad ya que mientras más personas se relacionen cada uno de ellos aportan ideas nuevas e innovadoras para cumplir con los clientes.

5. ¿Estaría usted dispuesto a formar parte de una cadena de relación interorganizativa para minimizar costos de producción?

Tabla N° 6: Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

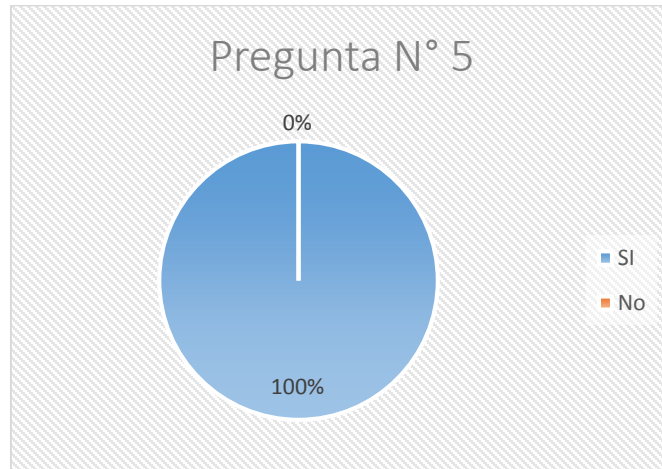


Gráfico N° 10: Pregunta 5

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

El 100% de los encuestados están dispuestos a formar parte de una cadena de relación interorganizativa para minimizar costos de producción. Por lo tanto, es posible que esta estrategia se pueda aplicar con éxito ya que todos los encuestados están de acuerdo y es una fortaleza para que todos puedan obtener beneficios tanto como grupos de empresas e individuales todo dependerá de la apertura y fidelidad que aporte para lograr estabilizarse en el mercado.

6. ¿Cree usted que las relaciones interorganizativas es una herramienta mercadológica efectiva?

Tabla N° 7: Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

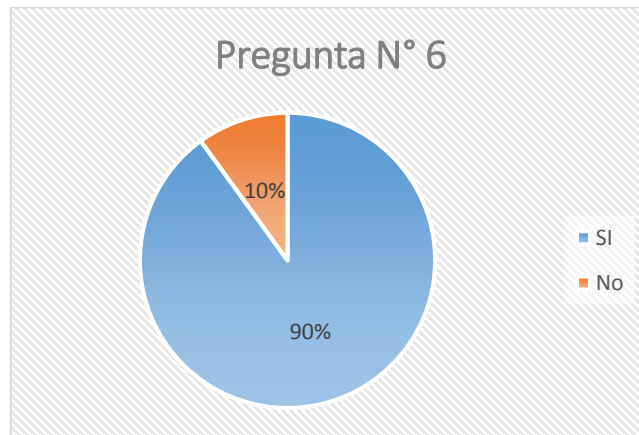


Gráfico N° 11: Pregunta 6

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

En esta pregunta se obtuvo un 90% de empresas, cree que las relaciones interorganizativas es una herramienta mercadológica efectiva y existe un 10% siendo un porcentaje menor que opina lo contrario, lo cual implica que las empresas lograrían cumplir con sus expectativas en el mercado siempre y cuando vean esta estrategia desde un punto mercadológico ya que todos se beneficiarían de forma positiva logrando ser más conocidos desde la calidad de productos nacionales.

7. ¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas?

Tabla N° 8: Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
No	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

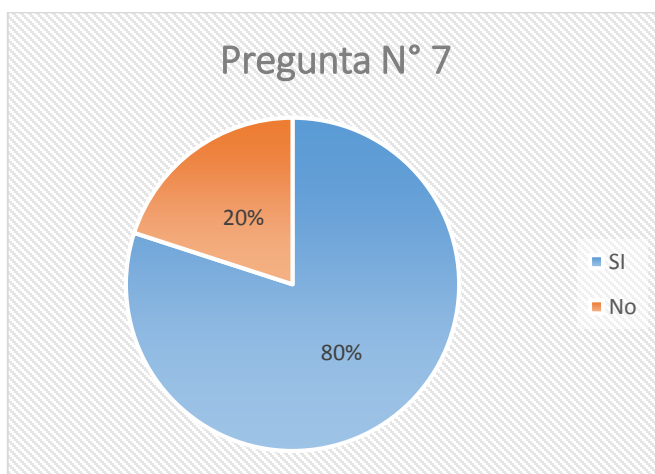


Gráfico N° 12: Pregunta 7

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

Como resultado se obtuvo que el 80% de encuestados conocen las ventajas que tienen al relacionarse con otras empresas y el 20% que no conocen. Por lo que la mayoría tienen información actual de las ventajas positivas y productivas que lograrían en el mercado al unirse para complementar procesos de producción con calidad.

8. ¿Busca cumplir con principios éticos mediante las relaciones interorganizativas para incentivar el crecimiento del Capital social?

Tabla N° 9: Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

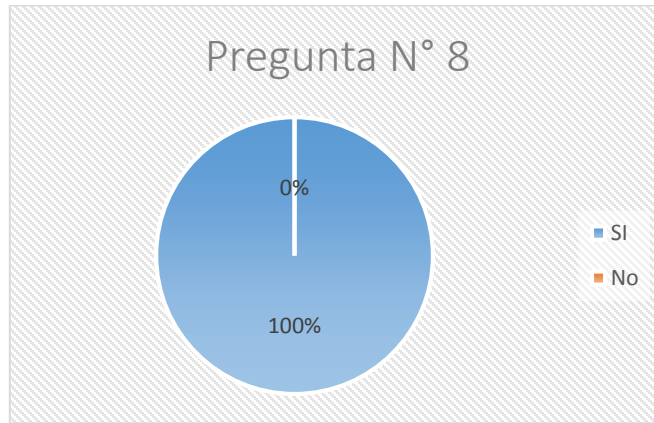


Gráfico N° 13: Pregunta 8

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis:

El 100% de los encuestados buscan cumplir con principios éticos mediante las relaciones interorganizativas para incentivar el crecimiento del Capital social. Esta actitud propicia el crecimiento de todos no solo de las empresas que pertenecen a las relaciones interorganizativas sino también de quienes buscan el crecimiento del capital social del país, es una fortaleza positiva para todos.

9. ¿Cree usted que las relaciones interorganizativas son importantes para garantizar igualdad de trato y oportunidades?

Tabla N° 10: Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

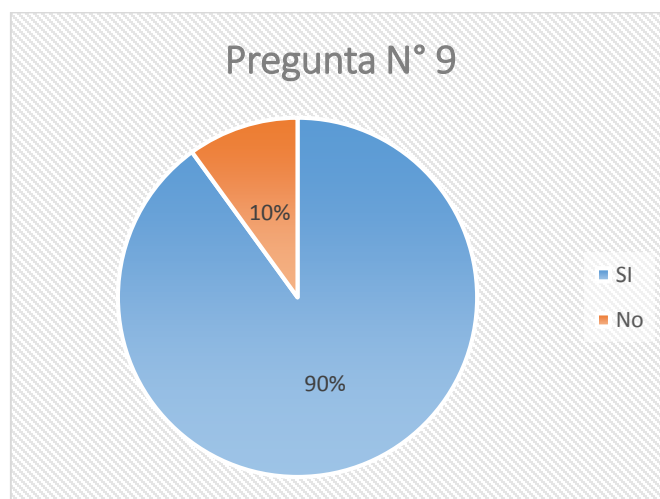


Gráfico N° 14: Pregunta 9

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

A excepción del 10% no cree que las relaciones interorganizativas son importantes para garantizar igualdad de trato y oportunidades, por otro lado, el 90% la respuesta fue favorable, esto hoy en día sería idóneo para que todos obtengan ganancias, pero también será a medida de su participación, por lo tanto, es una gran oportunidad para todos quienes están inmersos.

10. ¿La empresa accedería a nuevos mercados mediante las relaciones interorganizativas?

Tabla N° 11: Pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

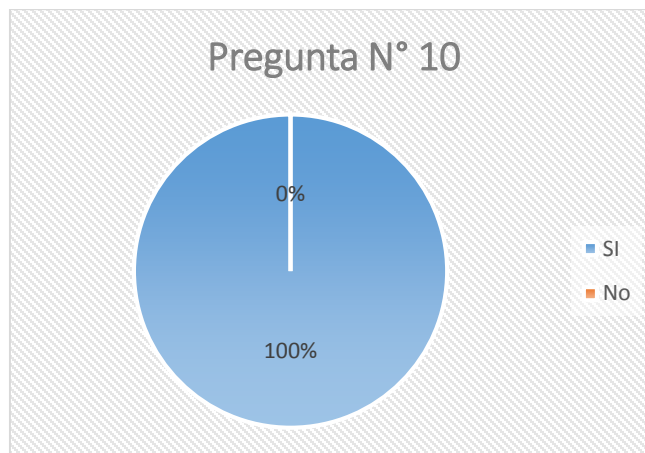


Gráfico N° 15: Pregunta 10

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

Se obtuvo el 100% de los encuestados que dieron una respuesta favorable, por lo que tener una mentalidad abierta para acceder a nuevos mercados mediante las relaciones interorganizativas podría ayudar a incrementar positivamente el capital social de país y sobre todo podría competir con otras marcas internacionales, reduciendo costos al momento de su fabricación.

11. ¿Cree usted que la cooperación entre empresas crea valores que benefician el capital social?

Tabla N° 12: Pregunta 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

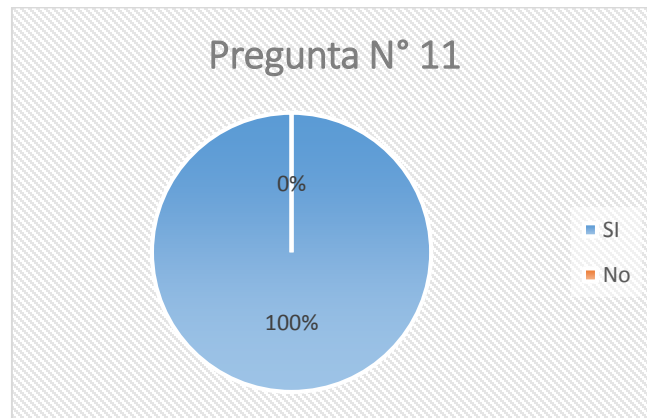


Gráfico N° 16: Pregunta 11

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis:

El 100% cree que la cooperación entre empresas crea valores que benefician el capital social, permitiendo de esta manera que todos quienes están inmersos tengan estabilidad tanto económicas como posicionamiento en el mercado, de esta forma incrementa el capital social en el sector y en el país.

12. ¿La experiencia en el sector, productos y servicios es un criterio muy importante para relacionarse con otras empresas?

Tabla N° 13: Pregunta 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
No	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

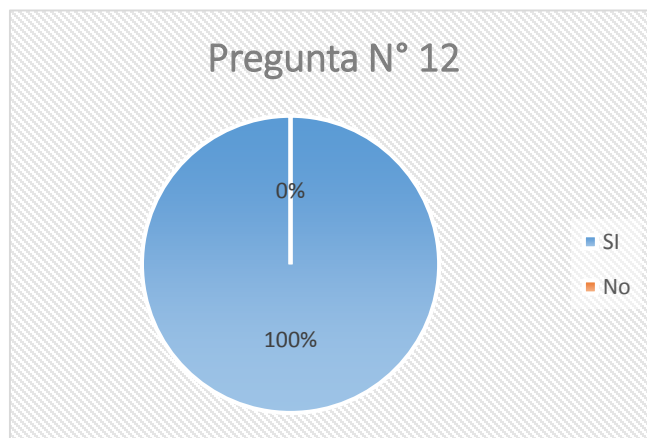


Gráfico N° 17: Pregunta 12

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada el 100% estuvo de acuerdo que la experiencia en el sector, productos y servicios es un criterio muy importante para relacionarse con otras empresas, por lo tanto, mientras más años esté en el mercado tiene conocimientos de sus falencias y que es lo que debe transformar y aportar para que las relaciones interorganizativas tengan éxito.

13. ¿Las tareas conjuntas con otras empresas y las fusiones proporcionan conocimiento valioso sobre: ¿el funcionamiento del sector, nuevos métodos productivos y nuevos productos?

Tabla N° 14: Pregunta 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
No	1	10%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

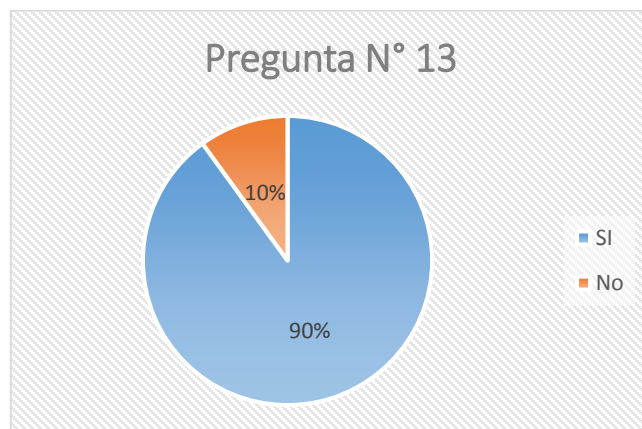


Gráfico N° 18: Pregunta 14

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

Las respuestas del 90% de los encuestados fue favorable y solo el 10% no, por lo tanto, las tareas conjuntas con otras empresas y las fusiones proporcionan conocimiento valioso sobre: el funcionamiento del sector, nuevos métodos productivos y nuevos productos

14. En las relaciones interorganizativas la variedad de empresarios con conocimiento previo y reglas desarrolladas ayuda a incrementar los beneficios (mejorar la calidad del calzado, incrementar la producción, lograr estabilidad en el mercado, crecer como empresa), a largo plazo.

Tabla N° 15: Pregunta 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90,0%
No	1	10,0%
TOTAL	10	100,0%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

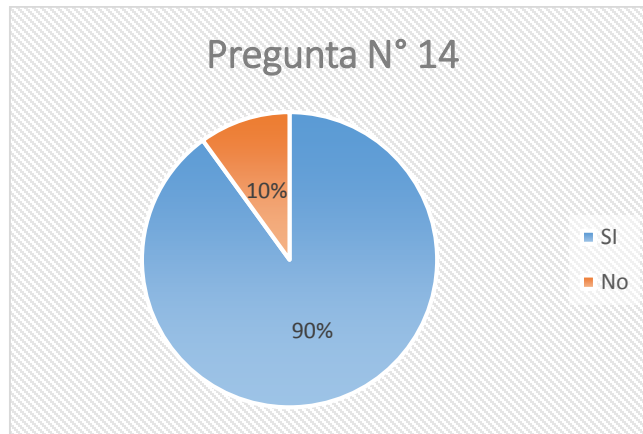


Gráfico N° 19: Pregunta 14

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis:

El 90% está de acuerdo que las Relaciones interorganizativas la variedad de empresarios con conocimiento previo y reglas desarrolladas ayuda a incrementar sus beneficios a largo plazo y solo el 10% cree lo contrario.

15. ¿La participación en las Relaciones interorganizativas permite el crecimiento de su empresa de forma individualidad?

Tabla N° 16: Pregunta 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100,0%
No	0	0,0%
TOTAL	10	100,0%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

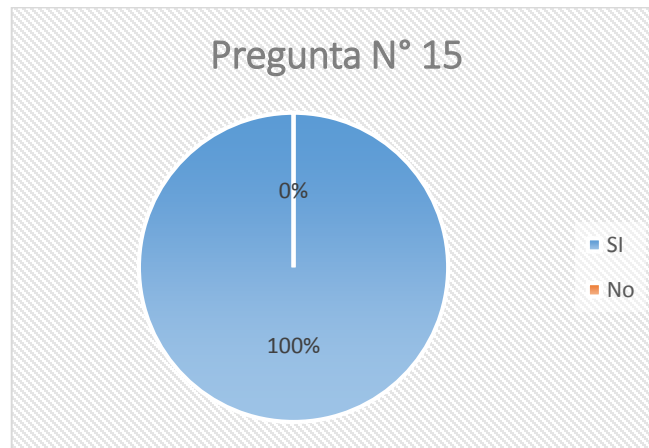


Gráfico N° 20: Pregunta 15

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

La totalidad de los encuestados dieron una respuesta afirmativa, por lo tanto, la participación en las Relaciones interorganizativas permite el crecimiento de su empresa de forma individualidad, es de suma importancia participar todos para conquistar un crecimiento estable y garantía de cumplimiento.

16. ¿El ambiente entre empresas provoca cooperación para lograr eficiencia colectiva en la producción local?

Tabla N° 17: Pregunta 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100,0%
No	0	0,0%
TOTAL	10	100,0%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

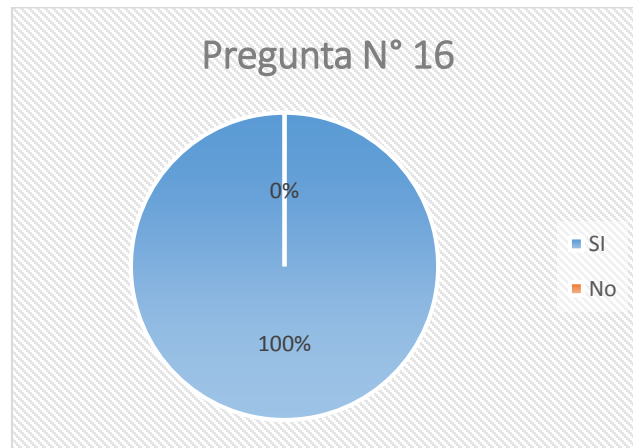


Gráfico N° 21: Pregunta 16

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación:

De las encuestas realizadas el 100% están de acuerdo, hoy en día es de suma importancia que el ambiente entre empresas sea amigable que provoca cooperación para lograr eficiencia colectiva en la producción local, siempre y cuando todos participen sin restricciones en todos los ámbitos.

17. ¿Tiene la empresa suficiente conocimiento para embarcarse en la aventura de las relaciones interorganizativas?

Tabla N° 18: Pregunta 17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	60,0%
No	4	40,0%
TOTAL	10	100,0%

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

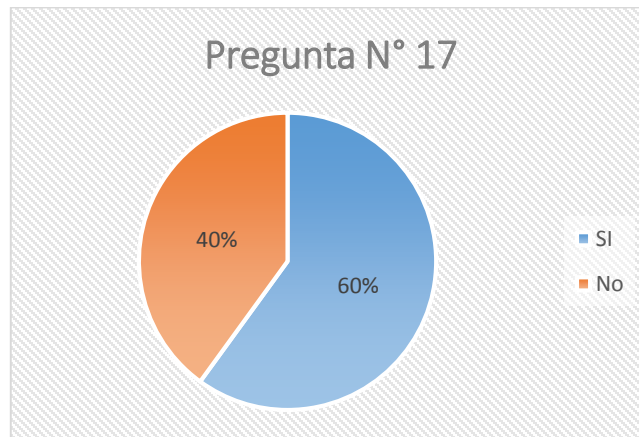


Gráfico N° 22: Pregunta 17

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis:

Existe un 60% que están de acuerdo que la empresa tiene conocimiento para embarcarse en la aventura de las relaciones interorganizativas, mientras que el 40% que es un porcentaje alto da una respuesta negativa, por lo tanto, es importante capacitar para que todos se encuentren en la capacidad de relacionarse interorganizativamente.

UCINET- Programa para análisis de Relaciones interorganizativas

Para fundamentar el proyecto de investigación se ha utilizado el programa UCINET, este nos indica los actores centrales e indaga a profundidad de forma sistemática como las empresas están relacionadas y sus movimientos en el sector empresarial. Existen varias razones para utilizar este método como, por ejemplo:

- Ofrecen información concisa y sistemática.
- Se puede utilizar software y herramientas informáticas para su análisis.
- Tienen reglas y convenciones que permite tener un mismo lenguaje y comunicar resultados con claridad.

La aplicación del programa UNICENT en la investigación realizada con el tema las relaciones interorganizativas como fuente de capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua, generó como resultado el gráfico que podemos visualizar y también esto nos permitirá aplicar acciones que contribuyan a la toma de decisiones a favor de las empresas y de todos quienes estén relacionadas.

UNCINET

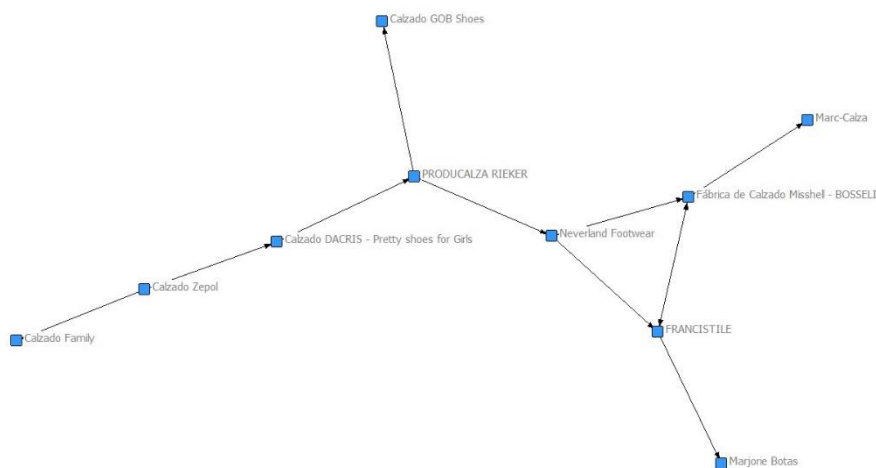


Gráfico N° 23: UCINET
Elaborado por: Rodas Blanca
Fuente: Investigación Bibliográfica

Análisis e interpretación

Como podemos observar en el gráfico existen 3 empresas relacionadas y se apoyan mutuamente, y las otras 7 restantes aún no están integradas por completo y hoy en día es muy importante sobre todo para la producción de calzado en Tungurahua que desde varios años atrás a tenido reconocimiento por la calidad de calzado que brinda, por ende el gráfico del programa UCINET nos ayuda a visualizar que la nueva generación de productores busca estrategias para cumplir con el cliente y competir a nivel internacional también relacionarse permite incentivar el capital social de toda la población ecuatoriana, siendo esto una ventaja mercadológica positiva para todos.

4.2 Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se siguieron los siguientes pasos:

1. Planteamiento de la hipótesis

a) Modelo Lógico

Ha= Las relaciones interorganizativas incide en el capital social de PYMES de calzado en Tungurahua

Ho= Las relaciones interorganizativas no incide en el capital social de PYMES de calzado en Tungurahua

b) Definición del nivel de significación

El nivel de significación escogido para la investigación es de 5%. Este es el error que se puede cometer al rechazar la hipótesis nula siendo verdadera.

c) Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba Chi- Cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Simbología

X^2 = Chi – Cuadrado

Σ =Sumatoria

f_o = Frecuencia observada

f_e = Frecuencia esperada

2. Regla de decisión

Grado de libertad (gl) = (Filas-1) (Columnas-1)

(Gl) = (F-1) (C-1)

(Gl) = (2-1) (2-1)

(Gl) = (1) (1)

Se encontró el grado de libertad correspondiente: Gl=1

En base a los grados de libertad y a la tabla del Chi-Cuadrado, el valor del Chi-Cuadrado según la tabla es de 4.00

3. Comprobación de la Hipótesis

Al realizar la matriz de tabulación cruzada se toma en cuenta dos preguntas del cuestionario que contengan las variables de estudio como se muestra a continuación:

Pregunta 3

¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?

Pregunta 17

¿Tiene la empresa suficiente conocimiento para embarcarse en la aventura de las relaciones interorganizativas?

Frecuencia observada

Tabla N° 19: Frecuencia observada

PREGUNTAS	SI	NO	Σ
¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?	9	1	10
¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas?	6	4	10
TOTAL	15	5	20

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Frecuencias esperadas

Tabla N° 20: Frecuencia esperada

PREGUNTAS	fo	fe	Σ
¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?	1,5	0,5	2,0
¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas?	1,5	0,5	2,0
TOTAL	3,0	1,0	4,0

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Tabla N° 21: Fórmula aplicada

PREGUNTAS	fo	fe	fo-fe	(fo-fe)^2	((fo-fe)^2)/fe
¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?	1,5	0,5	1,0	1,0	2,0
¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas?	1,5	0,5	1,0	1,0	2,0
	x2				4,0

Elaborado por: Rodas Blanca

Fuente: Investigación Bibliográfica

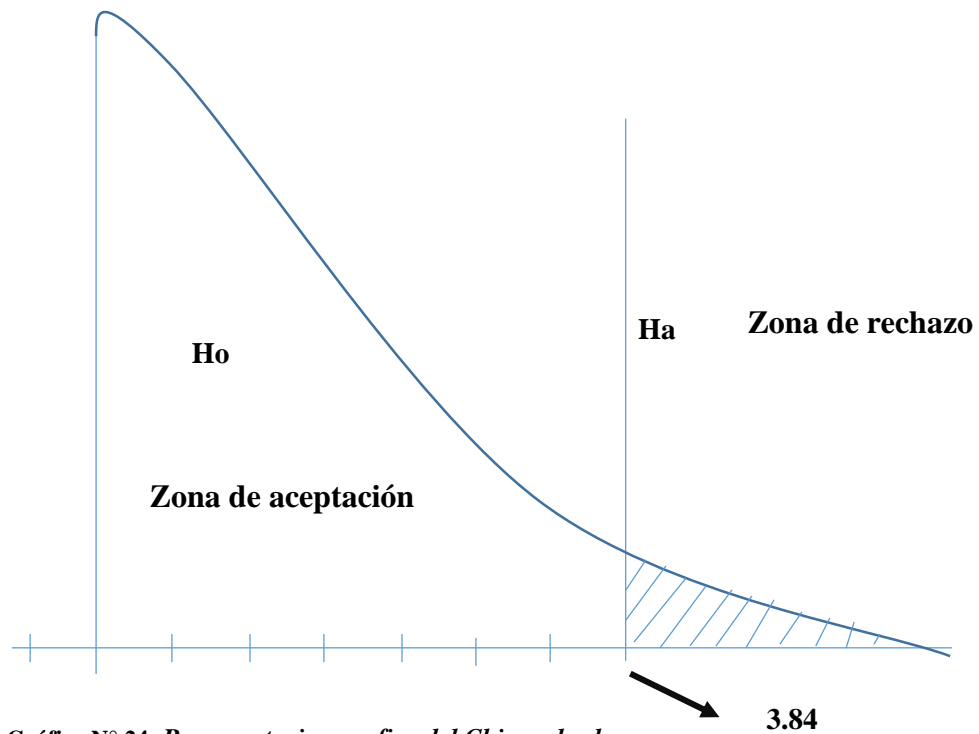


Gráfico N° 24: Representación gráfica del Chi cuadrado
 Elaborado por: Rodas Blanca
 Fuente: Investigación Bibliográfica

Decisión

Como el Chi cuadrado calculado es menor que el de la tabla, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, con lo cual se confirma que las relaciones interorganizativas inciden en el capital social en las PYMES de calzado en Tungurahua.

Tungurahua es una de las provincias que fomentan el desarrollo del capital social por sus actividades económicas y en especial por la fabricación y comercio de una gran variedad de calzado, la tasa de crecimiento económico ha incrementado con el aporte significativo tanto de hombres y mujeres de la provincia, siendo en porcentajes el 27% de los hombres que se dedican a la producción de zapatos y el 38% de las mujeres se dedican a la comercialización de calzado, como podemos observar la provincia de Tungurahua es fuente vital para el crecimiento económico del país.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El proyecto que realizamos ha contribuido de manera importante para determinar la influencia de las redes interorganizativas existentes entre las PYMES de calzado en Tungurahua para alcanzar el manejo eficiente de su capital social.
- Las relaciones interorganizativas en el sector de fabricación de calzado en la Provincia de Tungurahua, tiene una trascendencia de pocos años, de acuerdo con las encuestas aplicadas en el sector existe un 90% que mantienen relación con alguna empresa del sector y solo el 1% no tiene relación.
- Las empresas buscan constantemente el desarrollo del capital social es por ello que todas innovan de acuerdo a la temporada, también tratan de aprovechar los recursos que tienen disponibles en el sector.
- Par concluir la investigación se utilizó el programa UCINET como una herramienta para verificar que empresas están relacionadas y se ayudan mutuamente para lograr los objetivos empresariales propuestos.

5.2 Recomendaciones.

- Fortalecer el crecimiento de las relaciones interorganizativas mediante capacitaciones en las PYMES en el desarrollo de capital social y los beneficios que conlleva el relacionarse con otras empresas para producir, y de este modo mantener la posición de la calidad del calzado de la Provincia de Tungurahua.
- Las pocas empresas de hoy en día que han investigado y aplicado sobre las relaciones interorganizativas deben motivar a otras mediante su ejemplo en el crecimiento económico y la estabilidad que poseen en la actualidad, como también mediante su invitación a participar.
- Para el desarrollo del Capital social es necesario que todos estén de acuerdo en participar de forma igualitaria, como también aprovechar todos los recursos del sector estos pueden ser pequeñas empresas que recién están posesionándose en el mercado.
- Se recomienda aplicar el programa UCINET como una herramienta útil para verificar que empresas están relacionadas y se ayudan mutuamente también ayuda a tener una mejor visión para la toma de decisiones.

Bibliografía

- Arismendi, E. (21 de abril de 2013). *Planificación de Proyectos*. Obtenido de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Blog. (2016). *Administración UNED*. Obtenido de Diseño de organizaciones para el entorno organizacional: <https://cmanuelrs.wordpress.com/2010/10/15/capitulo-5-relaciones-interorganizaciones/>
- Blog. (2016). *Administración UNED*. Obtenido de Administración UNED: <https://cmanuelrs.wordpress.com/2010/10/15/capitulo-5-relaciones-interorganizaciones/>
- Botero Cedeño, E. A. (2015). "Resignificado" La practica investigativa desde un enfoque crítico y complejo. *Research Report*, 24.
- Buciega, A. (2013). *Desarrollo, Territorio y Capital Social*. Valencia: Instituto de Desarrollo Local, Universitat de València.
- Capó, T. C. (2002). Las Redes Interorganizacionales como Alternativa Competitiva. *II Conferencia de Ingeniería de Organización*, 882.
- Carlos, A. &. (2013). Desempeño Mega, Macro y Micro Redes Interorganizacionales. En J. H. Carlos Armando, *Desempeño Mega, Macro y Micro Redes Interorganizacionales* (pág. 59). Mexico: ITSON.
- Champagnat, U. d. (14<http://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-y-tipos-de-preguntas/> de Abril de 2014). *Encuesta, Cuestionario y Tipos de Preguntas*.
- Enroke. (2017). *Proyecto PYMES*. Obtenido de Proyecto PYMES: <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>
- Esparcia, J. (2015). *Una aproximación al enfoque del capital social*. Valencia: REGIONAL.
- Fernández, C. S. (2015). MUJER Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA REGIÓN DE VALPARAÍSO. *Global Entrepreneurship Monitor*, 64.
- Forni, P. C. (2012). Las organizaciones en red y la generación de capital social. Implicancias para el desarrollo comunitario. *Miriada*, 102.
- Galindo, D. &. (31 de Marzo de 2015). THANATOS EMPRESARIAL MUERTE EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL COMPORTAMIENTOS Y CONSECUENCIAS. *UNIVERSIDAD DEL ROSARIO - BOGOTÁ*, pág. 67.

- Gómez, S. (2014). Factores determinantes de la forma de gobierno y el performance de las alianzas estratégicas. *RIO*, 102.
- Ico, D. (24 de 08 de 2016). *Socioeconomía*. Obtenido de Socioeconomía: <http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/socioeconomico.php>
- Líderes, R. (2011). La producción de calzado pisa fuerte en el país. *Cámara de Calzado de Tungurahua*, 4543.
- Marin, D. (5 de agosto de 2014). *Estructura organizacional y relaciones inter-organizacionales*. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1932/html_11
- Marín, D. (5 de agosto de 2014). *Estructura organizacional y relaciones inter-organizativas*. Obtenido de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1932/html_11
- Martín, F. (2014). *Una Revisión del Concepto y Evolución del Capital Social*. Dialnet.
- Medina, G. y. (2013). *Una definición estructural de capital social*. Leicester: University of Leicester.
- Munch, L. (2016). *Origen y Evolución de la Administración*. México: Prentice Hall.
- Obeso, M. (2014). La construcción de eficiencias colectivas en redes de PyMES. *Universidad de Occidente, Departamento de Ciencias Económico-Administrativas*, 15. Obtenido de <https://intervencionseconomicas.revues.org/2240>
- Pickers, S. (04 de 11 de 2015). *Creative Solutions*. Obtenido de Creative Solutions: <http://www.psymba.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- PRODUCEPIME, & EXPORTAPIME. (2012). País Productivo. *Ministerio de Industrias y Productividad*, 9.
- Rodriguez, M. M. (30 de Junio de 2014). *Tesis de Investigación*. Obtenido de Tesis de Investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/06/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Sánchez, C. C. (2014). Microemprendimientos, Asociatividad y Gestión de Organizaciones Sociales. *Dialnet*, 48.
- Scarpeta, M. (2015). Microeconomía - Evaluación Inicial. En M. Scarpeta, *Microeconomía - Evaluación Inicial* (pág. 5). UNIVERSIDAD NACIONAL A2IERTA Y A DISTANCIA 4 UNAD.

- Sherley Tatiana, D. P. (Mayo de 2013). *repositorio.espe.edu.ec*. Obtenido de repositorio.espe.edu.ec: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5852/1/T-ESPE-034355.pdf>
- Solís, A. (2015). La formación de Clúster empresarial del sector de fabricación de calzado. *Universidad Técnica de Ambato*, 29.
- Solís, A. (23 de Febrero de 2015). La formación del clúster empresarial del sector de fabricación de calzado (ciiu-152) en el cantón Cevallos - Provincia de Tungurahua y su relación con los niveles de empleo. Cevallos, Tungurahua, Ecuador.
- Solís, A. (23 de Febrero de 2015). La formación del clúster empresarial del sector de fabricación de calzado (ciiu-152) en el Cantón Cevallos - Provincia de Tungurahua y su relación con los niveles de empleo. *Repositorio UTA*, pág. 49.
- Solís, A. (2015). La formación del Clúster Empresarial del sector de fabricación de calzado (Ciiu-152) en el Cantón Cevallos - Provincia de Tungurahua y su relación con los niveles de empleo”. *Repositorio uta*, 49.
- Torralba, C. (2015). Modelo de redes interorganizacionales para la gestión del conocimiento. *UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FI*, 41.
- Torres, Y. (05 de 10 de 2014). *Determinación de la muestra*. Obtenido de Determinación de la muestra: <https://es.slideshare.net/YosiTH/determinacin-de-la-muestra>
- Vargas-Rubilar, J. (2014). *Importancia de la Parentalidad para el Desarrollo Cognitivo Infantil: una Revisión Teórica*.
- Vergara, C. (10 de Mayo de 2016). *Mercadeo*. Obtenido de Mercadeo: <http://www.revistapym.com.co/destacados/definicion-mercadeo-lo-que-lo-que-fue-lo-que-puede-ser/>

ANEXOS 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



Modalidad Presencial

OBJETIVO

Determinar la influencia de las redes interorganizativas existentes entre las PYMES de calzado en Tungurahua para alcanzar el manejo eficiente de su capital social.

Alternativas

Marque con una x como califica cada pregunta propuesta:

Si	No
x	x

N°	PREGUNTAS	Si	No
1	¿Sabe usted que las empresas pueden mantener relaciones de apoyo mutuo?		
2	¿Posee conocimiento sobre las relaciones interorganizativas para pequeñas y medianas empresas?		
3	¿Mantiene relación con alguna empresa del sector?		
4	¿Su empresa ha establecido relaciones comerciales con alguna empresa del sector?		
5	¿Estaría usted dispuesto a formar parte de una cadena de relación interorganizativa para minimizar costos de producción?		
6	¿Cree usted que las relaciones interorganizativas es una herramienta mercadológica efectiva?		
7	¿Conoce usted qué ventajas tiene la empresa al relacionarse con otras empresas?		
8	¿Busca cumplir con principios éticos mediante las relaciones interorganizativas para incentivar el crecimiento del Capital social?		
9	¿Cree usted que las relaciones interorganizativas son importantes para garantizar igualdad de trato y oportunidades?		

10	¿La empresa accedería a nuevos mercados mediante las relaciones interorganizativas?		
11	¿Cree usted que la cooperación entre empresas crea valores que benefician el capital social?		
12	¿La experiencia en el sector, productos y servicios es un criterio muy importante para relacionarse con otras empresas?		
13	¿Las tareas conjuntas con otras empresas y las fusiones proporcionan conocimiento valioso sobre: el funcionamiento del sector, nuevos métodos productivos y nuevos productos?		
14	En las relaciones interorganizativas la variedad de empresarios con conocimiento previo y reglas desarrolladas ayuda a incrementar los beneficios (mejorar la calidad del calzado, incrementar la producción, lograr estabilidad en el mercado, crecer como empresa), a largo plazo.		
15	¿La participación en las relaciones interorganizativas permite el crecimiento de su empresa de forma individualidad?		
16	¿El ambiente entre empresas provoca cooperación para lograr eficiencia colectiva en la producción local?		
17	¿Tiene la empresa suficiente conocimiento para embarcarse en la aventura de las relaciones interorganizativas?		

4. ¿Con qué empresa está usted relacionada?